



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

**Analýza spokojenosti občanů se službami obce**  
**Citizen Satisfaction Measurement with Municipal Services**

Student: Bc. Eva Valíková

Vedoucí diplomové práce: Ing. Miluše Hluchníková, CSc.

Ostrava 2011

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci včetně všech příloh vypracovala samostatně.“

V Ostravě dne 29. 4. 2011

.....

Bc. Eva Valíková

Děkuji Ing. Miluši Hluchníkové, CSc. za odborné vedení, cenné rady a připomínky při tvorbě této diplomové práce.

## **OBSAH:**

<b>1 ÚVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>2 CHARAKTERISTIKA OBCE SUCHÉ LAZCE .....</b>	<b>3</b>
2.1 Historie a znak obce .....	3
2.2 Současnost obce.....	4
2.3 Veřejné instituce a podnikatelské subjekty v obci .....	6
2.4 Kulturní a sportovní vyžití v obci .....	8
2.5 Oblast dopravy a životního prostředí .....	11
2.6 Obecní zastupitelstvo a rozpočet obce .....	12
<b>3 TEORIE MARKETINGU MĚST A OBCÍ.....</b>	<b>15</b>
3.1 Vznik Marketingu obce .....	15
3.2 Služby v obci .....	15
3.2.1 Vlastnosti služeb.....	16
3.3 Marketingové prostředí obce .....	18
3.3.1 Vnější prostředí .....	18
3.3.2 Vnitřní prostředí .....	19
3.4 Marketingový mix obce.....	20
3.4.1 Produkt .....	20
3.4.2 Cena.....	23
3.4.3 Distribuce .....	24
3.4.4 Komunikační mix .....	25
3.4.5 Lidé.....	27
3.4.6 Materiální prostředí .....	29
3.4.7 Procesy .....	29
3.4.8 Partnerství.....	30
<b>4 METODIKA SHROMAŽĐOVÁNÍ DAT .....</b>	<b>32</b>
<b>5 ANALÝZA SPOKOJENOSTI OBYVATEL.....</b>	<b>36</b>
5.1 Vyhodnocení dotazníků.....	36
5.1.1 Doprava .....	36
5.1.2 Kulturní a sportovní vyžití.....	38
5.1.3 Vzdělávací instituce.....	40
5.1.4 Životní prostředí .....	41
5.1.5 Veřejné služby .....	43

5.1.6 Technické služby .....	44
5.1.7 Práce obecního úřadu a zastupitelstva .....	46
5.1.8 Celková důležitost a spokojenost s oblastmi .....	48
5.1.9 Hlavní záměry pro rozvoj obce a práce zastupitelstva .....	49
5.2 SWOT analýza.....	51
<b>6 NÁVRHY A DOPORUČENÍ. ....</b>	<b>58</b>
<b>7 ZÁVĚR. ....</b>	<b>65</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.. ....</b>	<b>67</b>
<b>SEZNAM ZKRATEK</b>	
<b>PROHLÁŠENÍ VÝSLEDKŮ O VYUŽITÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE</b>	
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b>	
<b>PŘÍLOHY</b>	

# 1 ÚVOD

Pod pojmem obec si lze představit teritoriálně vymezené samosprávné území, které má svou právní subjektivitu a vlastní majetek. Obec je tvořena nejen přírodními podmínkami, hmotnými statky, kulturními památkami, domy a silnicemi, ale také obyvateli, kteří se podílejí na celkovém vzhledu obce a na podpoře jejího rozvoje. Občané od obce očekávají kvalitní služby, které jim jejich život v obci zjednoduší a zpříjemní. Občany můžeme nazvat tzv. zákazníky obce, kteří se na základě celkového vzhledu obce, poskytovaných služeb a práce obecního úřadu a zastupitelstva rozhodují, zda v obci zůstanou či nikoliv. Jsou-li občané se službami obce spokojeni, patří mezi nositele kladných referencí o obci.

Marketing obce lze přirovnat k marketingu organizace, který totožně soupeří o své klienty – zákazníky. U marketingu obce nejde jen o současné a budoucí občany obce, ale také o samotné návštěvníky, podnikatele a potenciální investory obce. Konkurence se v dnešní době nenachází pouze u podniků, které nabízejí své výrobky a služby, ale existuje také mezi obcemi.

Obec neposkytuje veškeré služby sama, na některé si najímá určité organizace či soukromé subjekty. Z těchto příčin je velmi obtížné zajistit kvalitní standard služeb. Obec může některé nedostatky odstranit na samém počátku správným výběrem zaměstnanců, kteří tyto služby budou poskytovat. Je nutné nastavit určitá kritéria, která by měli zájemci o poskytování služeb splňovat.

Každá obec, bez rozdílu velikosti, by měla mít nastavenou svou obecní strategii. Měla by si vytýčit své krátkodobé a dlouhodobé cíle, které by se zaměřovaly na všestranný rozvoj obce. Svá rozhodnutí by měla vždy rozumně zvážit, aby se skloubila jak finanční tak efektivní stránka obce.

Cílem této diplomové práce je zjistit současnou spokojenost obyvatel s poskytovanými službami obce Suché Lazce. Na základě vyhodnocení této analýzy měly být odhaleny případné nedostatky v jednotlivých oblastech, na které by se mělo obecní zastupitelstvo v budoucnu zaměřit.

Obec poskytuje svým občanům řadu služeb v oblasti dopravy, kultury, sportu, životního prostředí, technických služeb apod. Ve spolupráci se zastupitelstvem obce, jsem se pokusila získat od občanů informace o spokojenosti s jednotlivými aspekty života v obci. Zastupitelé obce také od občanů očekávali návrhy a doporučení vztahující se k budoucímu rozvoji obce a práci zastupitelstva. Výzkumem mé diplomové práce jsou návrhy a doporučení, které z tohoto výzkumu vyplynuly a které také byly předloženy zastupitelstvu obce.



## **2 CHARAKTERISTIKA OBCE SUCHÉ LAZCE**

### **2.1 Historie a znak obce**

#### **Historie obce**

Suché Lazce leží 6 km jihovýchodně od města Opavy v nadmořské výšce 281 m a tvoří městskou část Opavy. O obci existuje první písemná zmínka v listině o rozdělení opavského knížectví z roku 1377, kdy část vsi patřila štítinskému statku Hynka ze Štítiny. Obec původně patřila k opavskému knížectví, koncem 16. století byla přidělena olomouckému biskupství a od 17. století se stala majetkem české koruny.

V 16. a první polovině 17. století měla vrchnost v Suchých Lazcích jako středisko správy hospodářský dvůr. Ten roku 1655 vyhořel a na jeho místě byl postaven barokní zámek „Zámčisko“. Kolem roku 1850 byla budova zchátralého zámku zbořena.

Od roku 1850 působí Suché Lazce jako samostatná obec s osadou Kravařov, zvaná též Hadrunek. Velká část obce (moravská enkláva) měla v roce 1834 94 domů s 693 obyvateli, Kravařov pak 27 domů se 185 obyvateli. V roce 1900 činila rozloha obce 522 ha, ve 138 domech žilo 1005 obyvatel, z toho 956 české, 20 německé a 29 jiné národnosti. 995 občanů se hlásilo ke katolické víře.

Čistě zemědělská obec měla v roce 1900 rozlohu hospodářské půdy 498 ha (pole 427, louky 34, pastviny 14, lesy 13 a zahrady 10), chovalo se zde 43 koní, 154 ovcí a 73 prasat. Dvůr Hadrunek velkostatku Štítina měl rozlohu 93 ha. V roce 1834 v Suchých Lazcích zanikla víska Strážnice. Pod ní byl otevřen kamenolom, který se již v současnosti nevyužívá. [22; 29]

#### **Znak obce**

Znak Suchých Lazců byl vytvořen podle pečeti z 16. století, na kterém je zobrazen pták s mláděty. Tento motiv se zobrazuje na úředních razítkách obce až do roku 1953. Podle heraldiků jde o pelikána, jako symbol sebeobětování, což svědčí o odhodlanosti občanů obce přiznávat českou národnost i v období německé kolonizace v 17. a 18. století. Současná podoba obecního znaku s pelikánem byla obci přidělena Poslaneckou sněmovnou v roce 2002. Pečeť obce je uvedena v příloze 1. [22; 29]

Obr. 2.1: Obecní znak



Zdroj: Obecní kronika

## 2.2 Současnost obce

### Přírodní podmínky v obci

Obec Suché Lazce je městskou částí Statutárního města Opavy, jejíž území se rozkládá na 447,81 ha. Nadmořská výška je kolem 245 m. n. m. Nejvyšším bodem Suchých Lazců je vrcholek Strážnice s nadmořskou výškou 364 m. n. m. Terén lze charakterizovat jako pahorkatinu. Vlastní obec leží na severním a východním svahu kopce Strážnice. [24]

### Obyvatelé obce

Počet občanů v obci v roce 2010 vzrostl oproti loňskému roku o patnáct a činil 1033. Z toho bylo 543 žen a 490 mužů. Celkový počet občanů v obci se nemění již 90 let, kolísá meziročně asi o 20 občanů. Z původně zemědělské obživy se obyvatelé (hlavně muži) začali uplatňovat po první světové válce v průmyslové oblasti v Ostravě a po druhé světové válce po vybudování nových průmyslových závodů i v Opavě. V současné době ovšem převládá práce ve službách (asi 65%) poté v průmyslu (asi 30%) a v zemědělství (5%). Mezi významné osobnosti obce patří prozaik a básník Fran Směja, který má na svém rodném domě pamětní desku. [27]

## **Popis obce**

V centru obce se nachází obecní dům. Sídli v něm úřad, pošta, obvodní lékař a místní knihovna. Zázemí v obci má mateřská a základní škola s tělocvičnou. Obec má velmi dobré dopravní spojení formou městské hromadné dopravy, kterou zastřešuje Městský dopravní podnik Opava. Občané mají možnost nakupovat v místní maloobchodní prodejně Jednota, v trafice a mimo běžné provozní hodiny i v místní večeře. V obci jsou umístěny dvě restaurace s možností celodenního stravování. Starší občané mohou využít služeb rozvozu jídel přímo k jejich domu. Kulturní akce jsou realizovány v obecním kulturním zařízení či v sále soukromé restaurace, kde se konají plesy, besedy a přednášky. V obci se také nachází hasičská zbrojnice, obecní hřiště a střelnice. V katastru obce je vodní nádrž Sedlinka.

## **Poskytované služby v obci**

Obec má zpracovaný územní plán, který má dostatek volných pozemků, určených jak k rekreaci, tak k podnikatelským účelům. Omezen je pouze počet pozemků, určených k výstavbě rodinných domů. Pozemky jsou v soukromém vlastnictví a občané prozatím nemají potřebu pozemky prodávat. Na celém území obce je vybudována primární síť – plynu, elektrické energie a vody. V obci je také rozvinutá telekomunikační síť.

Obec nabízí svým občanům řadu služeb. Nejde pouze o komunální služby, kam lze zařadit údržbu a správu komunikací, veřejné osvětlení, vodovod a kanalizaci, údržbu veřejných prostor, hřbitova, obecního hřiště a zeleň v obci. Tyto služby jsou občanům poskytovány zdarma.

Dále město nabízí vzdělávací služby prostřednictvím základní a mateřské školy. Kulturní služby prostřednictvím obecní knihovny, místní kaple a kulturního zařízení, kde se konají různé koncerty, besedy a představení.

Obyvatelé mají také k dispozici obecní hřiště, tělocvičnu a dětské hřiště, která jsou součástí školního areálu. V horní části obce se také nachází střelnice. V letním období lze využít vodní nádrž Sedlinka ke koupání nebo k rybaření.

Informovanost obyvatel o místním dění zabezpečuje Sucholazecký zpravodaj, webové stránky obce, informační tabule a místní rozhlas.

V obci se také nachází obvodní lékař. O bezpečnost obce se stará městská policie, která se snaží předcházet kriminalitě.

## **2.3 Veřejné instituce a podnikatelské subjekty v obci**

### **Veřejné instituce**

Za veřejné instituce jsou v obci považovány základní a mateřská škola, knihovna, pošta a lékař.

#### **Základní a mateřská škola**

Základní škola byla založena v roce 1843. Nejprve se provizorně vyučovalo v dnešní budově obecního úřadu. V roce 1907 se otevřela nová škola, která zde stojí dodnes. V přízemí se nachází mateřská škola, tělocvična a šatny. V prvním patře se pak rozprostírá základní škola.

Mateřská škola se skládá ze dvou oddělení. Jednoho mladšího a jednoho staršího. Díky nižšímu počtu dětí jsou na celý provoz školky vyhrazeny pouze dvě učitelky. Děti proto tráví některé části dne dohromady.

Základní škola je malotřídní školou pro děti od 1. - 5. ročníku, kde se žáci učí ve třech třídách. Výhodou školy je malý počet žáků ve třídách, a tím větší možnost se individuálně věnovat jednotlivým žákům. Mladý kolektiv učitelů se snaží v útulném rodinném prostředí s moderním vybavením tříd vytvořit žákům zázemí pro co nejlepší školní výsledky. V odpoledních hodinách většina žáků tráví svůj volný čas v zájmových kroužcích. Krásná okolní příroda, školní zahrada a hřiště umožňují žákům častý pobyt venku v rámci vyučování.

[24]

## **Knihovna**

Knihovna se nachází v prostorách obecního úřadu. Od 1. ledna 2007 je zřizovatelem Statutární město Opava. Knihovna vykonává řadu činností, k nimž patří výpůjčka knih, hudebních nosičů, DVD, video kazet, prodej vyřazených knih a časopisů a přístup na internet. Provozní doba knihovny je každé pondělí od 16:00 – 20:00. [25]

## **Česká pošta**

Česká pošta nabízí svým klientům řadu služeb. Jde o donášku zásilek, doporučených psaní, balíků, roznášku propagačních materiálů apod. Pošta je otevřena v pondělí, středu a pátek od 8:00 - 9:00 hodin a 13:15 - 15:15 hodin a úterý a čtvrtek od 8:00 - 9:30 hodin a 15:00 - 17:00 hodin.

## **Lékař**

V prostorách obecního úřadu se také nachází praktický odborný lékař pro dospělé. Lékař mimo klasickou léčbu v ordinaci nabízí vyšetření pacienta doma a telefonické konzultace mimo pracovní dobu. Zaměřuje se také na různé alternativní léčebné metody. Ordinační hodiny má třikrát týdně jak v dopoledních tak odpoledních hodinách. Do těchto prostor je bezbariérový přístup. [26]

## **Kaple**

Kaple byla postavena v roce 1932. Poprvé se opravovala v roce 1960. Generální rekonstrukce proběhla v roce 2003 - 2005. Obec přispěla na rekonstrukci 230 000 Kč, veřejná sbírka vynesla asi 300 000 Kč, ostatní finance poskytli místní sponzoři. Několik set hodin odpracovali místní občané bez nároků na odměnu. [22; 28]

## **Podnikatelské subjekty**

V obci není žádný velký podnikatelský subjekt, ale působí zde řada malých podnikatelů. Jde o stavební firmu STAZO, topenářskou firmu VTP, výrobu hřebíků a střešní krytiny STAVION, prodejnu ochranných pracovních pomůcek TREND, pekárnu bezlepkového pečiva, výrobu nábytku Friedel & Teichman, autodopravu Ciminga,

autoopravnu Lichý, pneuservis Krejčí, fotoateliér Bulka, malíř Adamčík, malíř Koník, soukromý zemědělec Sonek, trafikou a večerku. V obci jsou restaurace Heja, U Balů a Na Hřišti. Pracují zde tři kadeřnice, pedikérka, kosmetička a masérka.

## 2.4 Kulturní a sportovní vyžití v obci

### Spolky v obci

Významným faktorem pro společenský život v obci je kultura a sport. Na své si přijdou všechny generace.

**SDH – Sbor dobrovolných hasičů.** Tento spolek má přes 100 členů. Všichni členové se scházejí jednou ročně na valné hromadě, kde si schvalují plán činnosti na následující rok. V čele organizace je starosta spolku se sedmnáctičlenným výborem, který je volen na dvouleté volební období. Tento výbor se schází jednou měsíčně, kde na jednotlivých schůzích řeší realizaci jednotlivých naplánovaných akcí. SDH se může pyšnit největším počtem mladých hasičů v opavském okrese. Hasiči zastřešují mnoho obecních činností. Pro děti pořádají „Palení čarodějnic“, „Kaprobraní“, Hasičský tábor, a „Mikulášskou nadílku“. Každý týden o víkendech jezdí s dětmi na hasičské soutěže. Pro dospělé pořádají hasičský ples a zájezd. Jednou ročně hasiči provádějí sběr železného odpadu. Hasiči jsou také nápomocní při organizaci „Dětského dne“ a Sucholazeckého posvícení. Součástí SDH je také zásahová jednotka hasičského sboru, která se schází jednou měsíčně na pravidelných školeních a na kontrole hasičského vybavení. Účel této jednotky je výpomoc v nouzi např. při požárech, povodních a dalších živelných událostech. [17; 18]

Dalším činným spolkem je **TJ Suché Lazce**. Klub čítá přes sto členů. Do soutěží se zapojují družstva minižáků, mladší žáci a muži. Družstvo mužů hraje 1. B třídu. Do této hry se již nezapojují pouze muži. V mládežnických kategoriích hrají fotbal i dívky. Suché Lazce se mohou pochlubit mladou brankářkou, která již hraje za ostravský fotbalový klub Baník. Fotbalisté pořádají „Dětské dny“ a každoročně sbírají železný odpad.

Občané starší generace se v Suchých Lazcích schází jednou měsíčně v **Klubu důchodců**. Zde pořádají pravidelné přednášky se zajímavými osobnostmi či různými

odborníky na zahradní práce, chov zvířat apod. Důchodci jsou nápomocní u každoročního obecního úklidu ve středu obce a u hřbitova. Každoročně pořádají zájezdy do výrobních podniků či přírody. Senioři mají rádi tradice. Proto na svých schůzkách nezapomínají na oslavy svátků Vánoc a Velikonoc, Dny žen apod.

**Myslivecké sdružení Hošťata** se stará o výsadbu a rozvoj zeleně v okolí obce. Každý rok vyčlení finanční prostředky ze svého rozpočtu na nákup nových stromů a keřů. Sdružení se stará o pravidelný příkrm zvěře v zimním období. Své prostředky vynakládá na nákup zvěře k doplnění populace. Každoročně pořádají hony a Myslivecký ples.

**Český svaz včelařů** vykonává činnosti spojené s chovem včelstev, která jsou velmi nápomocná pro reprodukci kvetoucí zeleně. Jsou nezbytné pro příznivou úrodu všech plodin.

**Asociace víceúčelových základních organizací technických sportů a činností ZO SKÁLA.** Jde o spolek, který spravuje střelecký areál. Každoročně pořádají turnaj ve střelbě z malorážky na počest osvobození obce.

**Střelecký klub polní kuše** je na vysoké úrovni. Pravidelně se umísťuje na předních místech v rámci celé republiky. V letošním roce pořádal oddíl Mistrovství české republiky.

## **Kulturní akce v obci**

V obci má svou tradici **obecní kronika**. Ta je vedena již od roku 1914. V roli zapisovatelů působilo 12 občanů. V kronice lze nalézt první zmínky o samotném vzniku obce, o dění v obci během první a druhé světové války, o kolektivizaci. V dnešní kronice nalezneme zmínky o občanech v obci. Kdo se v daném roce narodil, zemřel, uzavřel manželství, a kdo patří mezi nejstarší občany v obci. Do kroniky se také zaznamenávají jednotlivé události, které se v obci během roku udály v jednotlivých spolcích. Od roku 2000 je kronika dle jednotlivých let také uveřejněna na internetových stránkách obce.

Počátkem února probíhá pod záštitou obce **„Obecní ples“**, který se koná v restauračním zařízení U Balů. Tento ples uvádí starosta obce. Pro občany je připravena kromě taneční zábavy, také bohatá tombola. V období Masopustu probíhá v obci tradiční **„Vodění medvěda“**. V dopoledních hodinách chodí po obci průvod, který tvoří různorodé

masky. Ve večerních hodinách pak v restauračním zařízení vyvrcholí program provedením „Pochování basy“. [19]

Každý rok koncem dubna u příležitosti výročí osvobození obce Rudou armádou probíhá slavnostní **uctění památky obětí první a druhé světové války**. Oslavu tvoří lampionový průvod obcí, pietní akt při kladení věnců u pomníků padlých občanů a slavnostní ohňostroj.

Koncem dubna v obci probíhá pod záštitou SDH „**Pálení čarodějnic**“. Této akce se účastní především děti, které docházejí v maskách čarodějnic a čarodějů. Tato akce tradičně končí upálením čarodějnice a posezením u vaječné smaženice.

Mládež, která v daném roce dosáhne osmnáctého roku, pořádá počátkem května pod záštitou obce slavnostní **stavění Máje**, které je ukončeno koncem května jeho kácením. Celý měsíc tento máj střeží před odcizením chlapci z okolních obcí.

Počátkem měsíce června se v obci slaví tradiční „**Dětský den**“, který se koná na obecním hřišti. Děti po celé odpoledne plní soutěže a hry, za které dostanou sladkou odměnu.

Počátkem prázdnin mohou děti absolvovat tradiční **Hasičský tábor**. Ten se koná v oblasti Hadinky u Budišova nad Budišovkou. Celý tábor je kromě hasičské tematiky také zaměřen na různé sportovní a výtvarné hry.

Každý rok počátkem září k příležitosti vysvěcení místní kaple se v obci pořádá „**Sucholazecké posvícení**“. Celý víkend je doprovázen zábavným programem s pouťovými atrakcemi pro děti a dospělé. V neděli dopoledne se věřící občané sejdou v místní kapli na sváteční mši. Celá akce vyvrcholí večerním ohňostrojem.

Každou první listopadovou neděli se koná ve středu obce v místní kašně „**Kaprobrání**“. Akce je určena převážně dětem, které loví v místní kašně kapry a účastní se mnoha soutěží. Na své si přijdou také dospělí, kteří se mohou občerstvit smaženým kaprem nebo česnekovou polévkou. K zábavě hraje místní dechová hudba.



## **2.5 Oblast dopravy a životního prostředí v obci**

### **Doprava v obci**

Suché Lazce se nachází mezi městy Opava a Ostrava. S oběma městy má obec dobré spojení. Protože je obec městskou částí Opavy je doprava v obci zajišťována formou městské hromadné dopravy. Jezdí zde autobusová linka č. 220. V obci se nachází celkem pět zastávek. Frekvence spojů je ve špičce dvakrát za hodinu a v podvečer autobus jezdí jednou za hodinu.

Do Ostravy se občané dostanou jak vlakem, tak dálkovým autobusem, který vyjíždí ze sousední obce Komárov. Vlak má dobré spojení dvakrát za hodinu a autobus jede ve špičce jednou za hodinu.

V blízkosti obce se nachází hlavní čtyřproudová komunikace mezi Opavou a Ostravou. V rámci bezpečnosti se u nájezdu na tuto komunikaci vybudoval v roce 2010 v obci semafor. Bohužel v tomtéž roce byla pozastavena stavba rychlostní silnice mezi těmito městy, která by byla velkou úsporou času pro obyvatele, kteří dojíždějí do Ostravy.

### **Životní prostředí**

Na celém území obce jsou umístěny v pěti oblastech kontejnery na plast, papír a sklo. U hřbitova je umístěn celoročně kontejner na odpad. Vždy v jarním a podzimním období jsou v obci přistaveny velké kontejnery na biologický odpad. Dvakrát ročně se zde také přistavuje kontejner na nebezpečný odpad. Jednou ročně se v obci pod záštitou SDH či TJ Suché Lazce provádí sběr železa. V prostorách zastávek MHD, u obecního a kulturního domu, kaple, obchodu jsou umístěny odpadkové koše, díky nimž se zlepšil celkový vzhled obce, jelikož nikde nejsou poházené odpadky.

Obec se také stará o údržbu veřejné zeleně. Zaměstnává obecní pracovníky, kteří zabezpečují údržbu travnaté zeleně, nejen v prostorách obecního hřiště, školy a hasičské zbrojnice, ale také veškerých travnatých ploch v obci. Jednou ročně dochází k postřiku obecních chodníků proti plevelům.

Jednotlivé spolky v obci pořádají každoročně brigády. Hasiči provádí brigádu u hasičské zbrojnice, důchodci u obecního úřadu a na hřbitově, ZO Skála a klub kušistů údržbu místní střelnice, Svaz včelařů se stará o včelstva. Jednou ročně se provádí ořez stromů podél hlavní komunikace v obci.

Obec ve svém obecním rozpočtu vyčleňuje finanční prostředky také na výsadbu zeleně v obci a přispívá mysliveckému sdružení na výsadby nových alejí a oživení nové populace zvěře.

Zastupitelstvo obce vydalo pokyn místním rozhlasem a na stránkách obecního Zpravodaje, ve kterém žádá občany, aby v neděli dodržovali klid, tj. zákaz sekání trávy motorovými sekačkami, zákaz řezání dřeva motorovými pilami, vyjma nezbytně nutných prací ve výjimečných případech.

Město Opava ve svých městských částech podporuje ekologické chování občanů tím, že dotuje svoz komunálního odpadu tj. popelnic ze svého rozpočtu a občané hradí pouze částku 400 Kč ročně na jednoho obyvatele. Občané jsou tak motivováni, aby netvořili černé skládky a svůj domovní odpad separovali.

V obci byla provedena plynofikace, která byla dokončena v roce 1994. V současné době je schválen projekt a stavební povolení na odkanalizování celé obce. Splašková kanalizace bude vedena do čističky vybudované pod obcí, která bude mít kapacitu i pro sousední obec Komárov.

## **2.6 Obecní zastupitelstvo a rozpočet obce**

### **Obecní zastupitelstvo**

Nejvyšším orgánem obce je obecní zastupitelstvo, které je složeno z 11 zastupitelů, včetně starosty a místostarosty obce. Tito zastupitelé pracují v kontrolní, sociální a kulturní, finanční a likvidační komisi. Zastupitelstvo se schází jednou měsíčně na schůzích, kde projednává a řeší jednotlivé problémy v obci. Úřední hodiny obecního úřadu jsou každé úterý od 16:30 do 18:00 hodin. Obec má uzavřenou pracovní smlouvu s dvěma obecními pracovníky, kteří provádějí opravy, pečují o místní zeleň a údržbu chodníků v zimním období.

Dále má uzavřenou dohodu o provedení práce s účetní, uklízečkou a správcem kulturního zařízení. [23]

## Rozpočet obce

Příjmy obecního rozpočtu jsou vytvářeny na základě rozpočtu Statutárního města Opavy. Jsou přidělovány podle počtu obyvatel v jednotlivých městských částech. Obyvatelé se na tvorbě příjmů do rozpočtu podílejí formou daní a poplatků. V roce 2011 byly obci Suché Lazce přiděleny z městského rozpočtu příjmy ve výši 2 676 160 Kč.

V následujícím textu jsou uvedeny jednotlivé plánované výdaje obce pro rok 2011. Jejich suma byla stanovena podle výše příjmu obce. Obec bude hospodařit s vyrovnaným rozpočtem.

- **Činnost místní správy a zastupitelstva** – výdaje na DDHM, energie, opravy a údržbu obecního majetku, odměny členů zastupitelstva, obecních zaměstnanců apod. jsou 1 318 860 Kč.
- **Oblast kultury** – služby v oblasti kultury, opravy a údržba kulturního domu, vedení kroniky, obnova historických památek činí 352 900 Kč.
- **Tělovýchovná činnost** – nájemné sportovních zařízení, služby spojené s údržbou zařízení apod. činí 246 900 Kč.
- **Veřejná zeleň** – údržba zeleně, nákup zeleně a zvěře, služby spojené s údržbou zeleně apod. jsou 239 500 Kč.
- **Doprava** – plánované výdaje na opravy a údržbu komunikace, materiál, služby spojené s opravami a pohonné hmoty jsou 163 000 Kč.
- **JSDH** – výdaje na DDHM, energii, materiál pro zásahovou jednotku apod. je 146 000 Kč.
- **Základní škola** – výdaje na služby, materiál na využití volného času mládeže a ostatních zájmových oblastí apod. jsou 62 000 Kč.
- **Kanalizace a vodní toky** – investice, opravy a údržba, služby a materiál činí 60 000 Kč.
- **Odpad** – výdaje na komunální a nebezpečný odpad a likvidaci černých skládek činí 45 000 Kč.

- **Záležitosti sdělovacích prostředků, rozhlas a televize** – údržba místního rozhlasu činí 22 000 Kč.
- **Pohřebnictví** – opravy a údržba hřbitova je 20 000 Kč. [28]

## **3 TEORIE MARKETINGU MĚST A OBCÍ**

### **3.1 Vznik marketingu obce**

Marketing obcí je obor, který vznikl z velké části transformací firemního marketingu do sféry veřejné správy a územní samosprávy. V zahraničí se stále více objevuje trend v tvorbě co nejefektivnější marketingové koncepce jednotlivých obcí. Ta je v jednotlivých obcích důležitá hlavně v boji s konkurencí o občany, podnikatele, návštěvníky a potenciální investory. Po vstupu České republiky do Evropské unie se tento trend pozvolna rozšiřuje i na naše území a stává se aktuálním pro česká města, obce a regiony. [2]

Teritoriální marketing je zastřešujícím pojmem pro marketing obce. Představuje moderní, flexibilní nástroj pro řízení místního rozvoje. Na základě teritoriálního marketingu vznikl nový styl ve vedení veřejného sektoru, který se využívá v oblasti územního rozvoje. [14;15]

Marketing obcí je součástí marketingu služeb. Produktem obce je vše co může obec nabídnout svým obyvatelům, podnikatelům, návštěvníkům a potenciálním investorům. Produkt uspokojuje nejen individuální, ale také kolektivní potřeby. Produkt je specifický svou heterogenitou, nehmotností, neoddělitelností a kvalitou, která je závislá na prostředí, ve kterém je produkt vytvářen. [6]

### **3.2 Služby v obci**

Služby jsou činnosti či výhody, které může jedna strana nabídnout druhé. Služby jsou nehmotné, jejich výsledkem není vlastnictví. Produkce služby může být spojena s hmotným produktem.

Mezi služby obce lze zařadit vše, co obec nabízí svým obyvatelům, podnikatelům, návštěvníkům a investorům. V širším pojetí lze za produkt obce považovat samotnou obec, která je tvořena materiálním prostředím a subjekty, které na území obce působí. V užším pojetí sem lze zařadit všechny potřeby, které si není schopen soukromý sektor zajistit sám.

Služby v obci lze specifikovat jako veřejné služby. Uživatelem těchto služeb je veřejnost. Veřejné služby jsou produkovány veřejnou správou. Cílem těchto služeb je uspokojit společenské potřeby. Veřejné služby mohou být financovány ze státního rozpočtu, z rozpočtů samosprávných celků či z poplatků občanů nebo účelových fondů. [16]

Veřejné služby v obci tvoří část produktu, kterou může obec přímo ovlivňovat tím, že službu sama vykonává, nebo se na poskytování služby podílí zřízením či správným výběrem organizace, která je pověřena danou službu realizovat.

### **3.2.1 Vlastnosti služeb**

Mezi nejběžnější vlastnosti služeb patří jejich nehmotnost, neoddělitelnost, proměnlivost, pomíjivost a nemožnost vlastnictví.

#### **Nehmotnost služeb**

Charakteristickou vlastností služeb je její nehmotnost. Službu lze zhmotnit na základě malých dárečků např. tužka či klíčenka s logem obce. Službu nelze vystavovat ani z ní nelze poskytovat vzorek. Zákazník nemůže službu posoudit na základě hmatu, čichu ani chuti.

Nehmotnost služeb způsobuje zákazníkům vyšší riziko při rozhodování o nákupu. Zákazník nemůže službu předem ohodnotit, protože výsledek služby předem nezná. Při rozhodování proto u zákazníka hraje důležitou roli důvěryhodnost a jméno podniku (obce) a vnímání profesionality pracovníků.

Služba má nehmotný charakter. Nelze ji patentovat. Je velmi obtížné předem posoudit přiměřenost vynaložených finančních prostředků v souladu s kvalitou dané služby. Jedná se o služby městské policie, mateřských a základních škol. Důležité je služby co nejvíce zhmotnit, využívat značku služeb, využívat k zosobnění známé osobnosti, rozvíjet dobrou pověst. [5]

### **Neoddělitelnost služeb**

U služby nelze oddělit příjemce služby od jejího poskytovatele. Důležitá je snaha školit schopné vlastní pracovníky a pečlivě vybírat poskytovatele služeb.

Pro služby je charakteristické, že jsou vytvářeny a spotřebovány zároveň, dochází tak k vzájemné interakci mezi poskytovatelem a zákazníkem.

Jde-li o hmotný výrobek, může se oddělit výroba od spotřeby - tedy výrobce od zákazníka. U služeb dochází k vzájemnému spojení poskytovatele a zákazníka. Zákazník hodnotí službu subjektivně na základě vnitřních a vnějších faktorů.

### **Proměnlivost služeb**

Služby nejsou stejnorodé. Standard kvality závisí na tom, kdo a kdy službu poskytuje. V této oblasti je vhodné dbát na pečlivý výběr a školení personálu. Lepší kontroly služeb lze dosáhnout na základě industrializace a mechanizace.

V procesu poskytování služeb jsou přítomni lidé – zákazníci a poskytovatelé služeb. Chování těchto subjektů, nelze předvídat. U zákazníků nelze nastavit určité normy chování. I u poskytovatelů služeb nelze přesně zajistit stejnou kvalitu služeb. [16]

### **Pomíjivost služeb**

Pro služby je charakteristické, že je nelze skladovat, opětovně prodávat či vracet. Jsou vyráběny a spotřebovány současně. Nevyužité služby zanikají.

Služby nejsou skladovatelné. Poptávka má značné výkyvy. V době převažující poptávky je vhodné zaměstnávat pracovníky na částečný úvazek. Vhodné je v tomto období zlepšit informovanost. [5]

## Nemožnost vlastnictví

Zákazník nemůže službu vlastnit, má pouze přístup k činnostem či zařízením.

V případě nákupu služby si zákazník pouze kupuje právo na poskytnutí služby např. dopravu v MHD, tím se liší od nákupu zboží, které po jeho zakoupení zákazník vlastní. [16]

### 3. 3 Marketingové prostředí obce

Marketing obce se zabývá, nejen vnitřním, ale také vnějším prostředím obce. Tato prostředí působí na obec a její aktivity jako celek, proto je od sebe nemůžeme oddělovat.

#### 3.3.1 Vnější prostředí

Vnější prostředí se člení na demografické, ekonomické, politicko-právní, sociálně-kulturní, technologické a přírodní prostředí.

**Demografické prostředí** zahrnuje velikost populace v obci, její sociální, příjmovou, kvalifikační, věkovou a vzdělanostní strukturu, ekonomickou aktivitu, mobilitu a demografické znaky.

Správa obce, by měla být seznámena s jednotlivými skupinami občanů v obci, aby jim mohla přizpůsobovat poskytované služby. Nezbytné je sledovat demografický vývoj v obci, zda dochází k růstu či poklesu v populaci, jaké jsou tendence ve vývoji věkové a vzdělanostní struktury obyvatel. Důležité je znát názory občanů na budoucnost obce.

**Ekonomické prostředí** se člení na makroprostředí, jehož součástí je hospodářská situace státu, mezoprostředí s hospodářskou situací v regionu a mikroprostředí s hospodářskou situací příslušné obce. Ekonomické prostředí regionu a obce je do značné míry ovlivněno podnikatelskou kulturou a tradicí podnikání. Ekonomické prostředí ovlivňuje obec přímo formou daňových příjmů a také nepřímo vytvářením pracovních příležitostí a chováním podnikatelských subjektů. Obec by měla mít nastavenou optimální marketingovou strategii, díky níž by dokázala pozitivně ovlivňovat ekonomické prostředí. Stabilní ekonomické prostředí vytváří rámec pro podnikatelské aktivity, určuje kupní sílu, nákupní chování a sociální složení obyvatelstva.



**Politicko-právní prostředí** zahrnuje zákony, vyhlášky a předpisy. Obce se mohou aktivně podílet na tvorbě politického prostředí na základě zákona č. 367/1990 Sb. o obcích a dalšími zákony. Mohou tak vytvářet atraktivní prostředí pro malé a střední podniky, některými opatřeními mohou chránit bezpečnost svých občanů.

**Sociálně-kulturní prostředí** výrazně ovlivňuje vnímání obce občany. Do tohoto prostředí patří kultura, vzdělání, tradice obce, rodinné vztahy, obecní zvyklosti a hodnotové preference. Obce se mohou prezentovat na různých akcích, kde na sebe mohou upoutat pozornost, přilákat do obce nové zákazníky a vytvářet konkurenční prostředí na trhu.

**Přírodní prostředí** představuje základní potenciál pro různé typy podnikání. Obec se nachází ve specifickém regionu, má určitou rozlohu, své specifické klimatické podmínky, přírodní zdroje, úroveň technologií, dopravní možnosti a ekologické podmínky. Mezi hlavní problémy v oblasti ekologie patří sladení zájmu obyvatel, návštěvníků a také podnikatelů v obci. Správa obce je může usměrňovat prostřednictvím územního plánu obce, ale také platnými zákony.

**Technologické prostředí** je určováno vývojem vědy a techniky. Obecní správa využívá techniku k vytvoření vnitřního a vnějšího informačního systému, pomocí něhož komunikuje, a který slouží k propagaci obce. [3; 5]

### **3.3.2 Vnitřní prostředí**

Do vnitřního prostředí obce se řadí obecní rozpočet, na jehož základě se provádí rozpočtová politika v obci. Na základě rozpočtu obec provádí správu a další úkoly, které jsou v její kompetenci ze zákona. Finance v rozpočtu jsou závislé na makroprostředí obce, na dotacích ze státního rozpočtu i na mandatorních výdajích. V obecní kompetenci je stanovení správné marketingové koncepce, na jejímž základě může obec podstatným způsobem ovlivňovat své příjmy.

Dalším prvek vnitřního prostředí jsou zaměstnanci obce. Důležitou roli hraje kvalita vnitřní struktury organizace v obci a vnitřní kvalita vedení obce jako celku. [3; 5]

### **3.4 Marketingový mix obce**

Marketingový mix obce tvoří soubor nástrojů, které management obce využívá k přizpůsobování svého produktu tak, aby jej odlišil od konkurence a učinil jej atraktivnějším.

Produkt využívá k tomu, aby se přiblížil k segmentům, které tvoří jeho uživatelský celek. Marketingový mix obce napomáhá výběru procesů, pomocí nichž se produkt dostává k jednotlivým klientům, uživatelům a příjemcům.

Každá obec by měla mít nastavenou svou marketingovou strategii. Podstatou každé marketingové strategie je tvorba marketingového mixu, který tvoří základ marketingového plánování. Obec nabízí svým „zákazníkům“ velmi složitý produkt, který je tvořen souborem hmotných a nehmotných prvků. Složitost produktu vede k rozšíření klasického marketingového mixu „4P“ (produktu, místa, ceny a propagace) o další čtyři marketingové prvky (lidé, materiální prostředí, procesy a partnerství). [5]

#### **3.4.1 Produkt**

Produktem obce je vše, co obec nabízí svým obyvatelům, návštěvníkům, potenciálním investorům a podnikům k uspokojování jejich individuálních a kolektivních potřeb. V širším pojetí lze za produkt obce považovat samotnou obec, kterou tvoří materiální prostředí a subjekty, působící na území obce.

Za produkt je považováno vše, co lze na trhu nabídnout k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřeby druhých. Patří zde nejen fyzické předměty, ale také služby, osoby, místa a organizace. [1]

#### **Odlišnosti jednotlivých produktů obce od ostatních produktů**

- Současné uspokojování individuální či kolektivní potřeby.
- V nabídce se objevují služby čistě pozitivní např. kultura, vzdělání apod., tyto služby patří mezi vyhledávané. Dále jde o služby nápravné např. městskou policii, úklid města, údržbu komunikací, tyto služby se řadí mezi nevyhledávané, lidé se o ně zajímají až v případě určitého nesouladu.

- Některé z nabízených služeb lidé musí přijmout. Jde o např. o vzdělávací služby. U některých mají možnost volby v podobě bydlení, kultury apod. Některé služby nelze oddělit od spotřeby a to i přesto, že za ně uživatel neprovedl úhradu. Jedná se o veřejné osvětlení, údržbu komunikace. [13]

Produkt obce musí být v souladu se strategií obce a její vizí. Stejně jako produkty v organizacích podléhají rozpočtovému omezení, totéž platí také na území obce. Obec je omezena ve svých činnostech obecním rozpočtem a také finanční silou jednotlivých prvků, které tvoří obec. Mezi tyto prvky lze zařadit obyvatele a podniky v obci, kteří se podílejí na rozpočtovém potenciálu obce formou daní. Obec může zvyšovat své finanční a naturální zdroje formou mimorozpočtových aktivit. Za tímto účelem může využít partnerství v soukromém sektoru, svazky s jinými obcemi či se samotnými obyvateli obce.

### **Produkty obce můžeme členit na následující části:**

- veřejné služby nabízené obcí nebo jí poskytované v rámci statutárních povinností,
- nabídka prostor ve vlastnictví obce k užití soukromými vlastníky – pronájmy nebo k investování – zřizování průmyslových zón nebo obchodních středisek,
- akce organizované obcí, jejichž cílem je obyvatelům a návštěvníkům poskytnout zábavu a podnikatelům možnost propagovat své produkty. [7]

Produkty obce se člení na jednotlivé složky, formy a úrovně.

### **Prvky produktu**

Prvky produktu se člení na **hmotné a nehmotné**. Podstatně složitější je definování nehmotných prvků. Mezi tyto prvky můžeme zařadit atmosféru v obci, chování a postoje občanů, chování zaměstnanců obecního úřadu, jejich ochotu, přístup ke klientům a flexibilitu. Mezi hmotné prvky patří prostředí, ve kterém se služby realizují, jde o vybavení kanceláře a technické vybavení.

Prvky produktu se dále člení na **kontrolovatelné a nekontrolovatelné**. Nekontrolovatelné prvky nemůže poskytovatel produktu ovlivnit, závisí na vnějších

faktorech. Patří mezi ně např. výpadky elektrické energie. Na základě standardizace by měl management obce minimalizovat nekontrolovatelné prvky produktu. Tato standardizace spočívá ve vytvoření jednotlivých norem chování úředníků, vytvoření náhradních programů a v automatizaci některých rutinních procesů apod. [8]

### **Formy produktu**

Obec nabízí spotřebitelům jednotlivé formy produktu:

- prostřednictvím vlastní organizace a vlastních zaměstnanců, ze zákona je nelze převést na jiné organizace,
- prostřednictvím rozpočtových a příspěvkových organizací založených obcí, např. obecní či zdravotní zařízení,
- prostřednictvím uzavírání smluv se soukromými organizacemi, které službu vykonávají,
- na základě smlouvy vykonává službu jiná obec, nebo obce společně založí organizaci, kterou výkonem služby pověří např. základní škola. [9]

### **Úroveň produktu**

Úroveň produktu je spjata s image, kvalitou a kvantitou produktu. Image produktu je spjata s image obce jako celku. Na image obce působí jak vnitřní tak vnější prostředí. Vychází nejen z historie obce či regionu, ale také z její současnosti. Image obce hraje hlavní roli v propagaci obce.

Při poskytování veřejných služeb je nutné se zaměřovat na samotnou kvalitu, která je tvůrcem vnitřní kultury v obci. Vnější kulturu v obci vytváří služby, které poskytují organizace působící na území obce.

### **Marketing obce vnímá kvalitu jako systém, který tvoří tři složky:**

- image,
- technickou kvalitu tvoří technické vybavení, stroje, počítačové systémy a know-how,
- funkční kvalitu tvoří chování zaměstnanců, interní vztahy, postoje a názory zaměstnanců, kontakt se zákazníkem. [5]

### **3.4.2 Cena**

Cena představuje množství peněžních jednotek požadovaných za produkt či službu. Vyjadřuje aktuální, momentální hodnotu na trhu. Na rozdíl od cen produktů v podnicích, kde si sama společnost určí cenu svých produktů, ceny služeb v obci si poskytovatel většinou sám nastavit nemůže. Zaměřuje se proto na jiné části marketingového mixu.

Služby poskytované obcí jsou většinou pro občany bezplatné. O bezplatnost se však nejedná v pravém slova smyslu. Služby jsou hrazeny ze zdrojů, pocházejících z daní občanů nebo podniků, popřípadě z povinného pojištění. Dále obec poskytuje služby, které podléhají částečné či úplné regulaci. Existují také produkty, u kterých si obec sama stanoví cenu.

Rozhodnutí zda má cena pokrývat veškeré náklady, které jsou spojeny se službou či produktem nebo zda je nástrojem dosažení určitého politického či sociálního cíle. Rozhodnutí zda stanovit ceny některých služeb, tam kde to obci dovoluje zákon, nebo služby poskytovat zdarma závisí na mnoha parametrech:

- lze-li přesně identifikovat spotřebitele, neplátce nelze vyloučit ze spotřeby,
- za jakým účelem cenu zavádíme, aby nedocházelo k tzv. „přehuštění“, které může vést ke snížení kvality produktu,
- je-li spotřebitel schopen za službu zaplatit. [11]

### **Cenová politika v obci by měla být v souladu s těmito parametry:**

- cílová skupina, pro kterou je služba určena,
- nezbytnost zavedení poplatku za službu,
- celkové náklady na realizaci služby,
- dotace na službu. [10]

Při stanovení ceny je důležité znát náklady, které připadají na produkty a služby. Do nákladů se neřadí pouze ekonomické náklady, ale také náklady společenské, které tvoří tzv. alternativní náklady.

**Fixní náklady** vznikají, ať je produkt či služba poskytována či nikoliv a to bez ohledu na množství. Mezi fixní náklady lze zařadit náklady spojené s chodem obecních prostor. V zájmu obce je proto prostory využívat ať už pro svou činnost či k pronájmu.

**Variabilní náklady** se mění v závislosti na objemu poskytované služby. Proto je pro menší obce výhodné svěřit některé své činnosti do kompetence větších obcí. Výhodné je to pro obě strany. Malé obce podstatně ušetří své náklady a větším obcím se snižují náklady na jednotku.

### **3.4.3 Distribuce**

Podstatou tohoto prvku marketingového mixu je rozhodnout o tom, jakým způsobem se produkt či služba dostane ke konečnému spotřebiteli. Obec může produkty a služby poskytovat sama. V tomto případě se jedná o přímý distribuční kanál. Pokud svěří poskytování služeb či produktu do kompetence jiné organizace, soukromé či neziskové pak se jedná o nepřímou distribuci.

#### **Kritéria pro volbu efektivního distribučního kanálu:**

- pohodlí pro uživatele,
- náklady,

- spolehlivost,
- dostupnost,
- kvalita. [12]

**Přímá distribuce** se provádí na základě neoddělitelnosti zákazníka od poskytovatele služby. U takto poskytovaných služeb je nutné udržovat standardní úroveň kvality. Od kontaktního personálu je nutné vyžadovat profesionalitu, kterou lze získat pravidelným školením.

Výhodou přímého distribučního kanálu je možnost lepší kontroly nad poskytovanou službou a bezprostřední zpětná vazba od uživatele služby či produktu. Tato vazba přináší informace o aktuálních potřebách zákazníka.

Mezi **nepřímé distribuční kanály** lze zařadit organizace, které uzavřely s obcí smlouvu. Organizace poskytují služby podstatně levněji a efektivněji než kdyby tyto služby poskytovala sama obec.

S výběrem distribučního kanálu také souvisí samotné umístění poskytovatele služby. Umístěním se rozumí místo, ve kterém jsou přítomni lidé a zařízení poskytující službu. Umístění služby závisí na povaze kontaktu mezi poskytovatelem služby a zákazníkem.

**Na tomto základě existují jednotlivé metody distribuce produktů obce:**

- zákazník jde za poskytovatelem,
- poskytovatel jde za zákazníkem,
- poskytovatel a zákazník komunikují pomocí internetu. [5]

### **3.4.4 Komunikační mix**

V marketingu obce se pořadí komunikačního mixu poněkud liší od klasického komunikačního mixu.

## **Public relations (PR) – vztahy s veřejností**

Nejdůležitějším nástrojem komunikace v obci jsou vztahy s veřejností. Jde o proces vytváření vztahů a vzájemné komunikace mezi organizací a veřejností, díky nim má obec široké možnosti působení na obyvatele, podnikatele, zaměstnance a návštěvníky. PR využívá neplacené formy komunikace a to formou médií a tiskových konferencí. Činnost PR není zaměřena pouze na komunikaci navenek, ale také na vztahy uvnitř obce. Výsledkem dobře vedeného PR by měly být sympatie a porozumění na všech úrovních obce. [21]

Public relations představují plánovitou a systematickou činnost, jejímž cílem je vytvářet a upevňovat důvěru, porozumění a dobré vztahy obce s klíčovými skupinami veřejnosti.

## **Propagace a reklama**

Propagace a reklama se využívá ke zviditelnění území obce. Za tímto účelem se využívají kvalitně zpracované propagační materiály. K tradičním materiálům patří pohlednice, brožury, mapy, kalendáře aj. Materiály by se měly vyskytovat v informačních centrech, neměly by chybět na jednáních s obchodními partnery a na veřejných akcích. Mezi nové propagační prostředky patří **internet**, na kterém jsou uveřejněny **www stránky** jednotlivých měst a obcí. Stánky nejen charakterizují obec, ale přinášejí také užitečné informace o obci. Mezi další nové propagační nástroje obce patří **teletext**, který v České republice není ještě rozšířen.

Reklama má mnoho forem a způsobů použití. Propaguje určitý konkrétní produkt v obci, vytváří určitou dlouhodobou představu – image o obci, kterou si mají klíčové subjekty představit.

## **Osobní prodej**

Osobní prodej je poněkud omezen. Klade se u něj důraz na zodpovědnost a profesionální přístup pracovníků obecního úřadu, včetně pracovníků pověřených prováděním státní správy. [20]



K přednostem osobního styku patří efektivnější komunikace. Zaměstnanci obce se mohou seznámit s názory a potřebami občanů, na které mohou účinně reagovat. Pro další chod obce je důležité znát názory obyvatel, jak by se poskytované služby daly v obci vylepšit, tak aby více odpovídaly požadavkům obyvatel.

### **Podpora prodeje**

Podpora prodeje využívá krátkodobých účinných podnětů zaměřených na urychlení prodeje. Zaměřuje se jednak na občany, ale také na organizace a personál.

U podpory prodeje se v obci většinou uplatňuje podpora přilákání nových zákazníků či investorů pomocí cenových slev např. pozemků. [1]

### **Marketing událostí**

Marketing obce je rozšířen o nový komunikační nástroj tzv. marketing událostí. Tento pojem vychází z tendence zdůrazňování „prožitků a pocitů“. Akce a události, které obec pořádá lze členit na neziskově orientované např. oslavy výročí, besedy s občany, komerčně orientované akce např. koncerty, divadelní představení, plesy apod., a charitativní akce. Všechny akce musí být pečlivě zorganizované. Mezi důležité faktory organizace patří vhodné umístění celé akce, volba scénáře, pozvánky na akci, občerstvení. Na závěr by mělo být provedeno celkové zhodnocení akce, aby obec věděla, zda v dalších letech akci znovu uspořádat. [4]

### **3.4.5 Lidé**

Tento prvek marketingového mixu se týká zaměstnanců a zákazníků obecního úřadu. Místní správa může přímo ovlivňovat pouze chování svých zaměstnanců, popř. zaměstnanců, kteří jí přímo podléhají. Nepřímo může ovlivňovat chování zaměstnanců soukromých institucí formou veřejných zakázek. Zákazníci mají sklon hodnotit služby obecního úřadu na základě chování samotných zaměstnanců.

### Charakteristika pracovníků poskytujících služby na základě Juddovy matice:

- **kontaktní personál** má časté styky se zákazníky, měl by být trénovaný a motivovaný k řešení problému, schopný jednat s lidmi, jde o pracovníky sociální péče, stavebního odboru apod.,
- **modifikátoři** neúčastní se přímo marketingových aktivit, občas jednají se zákazníky, měli by mít schopnost navodit příjemnou atmosféru a navazovat přátelské vztahy, jde o vrátné, sekretářky apod.,
- **ovlivňovatelé** nejednají přímo s klienty, pokud ano tak při důležitých oficiálních jednáních, podílejí se na tvorbě marketingové strategie, jde o starostu obce, zástupce, tajemníka apod.,
- **izolovaný personál** vykonává podpůrné funkce, jedná s pracovníky personálního útvaru, finančního útvaru apod. [5]

Stejně důležitou úlohu jako zaměstnanci obce mají i zákazníci při tvorbě produktu.

#### Ti mají různé role:

- zákazníci jako **producenti** služeb, kde vstupují do procesu realizace produktu, výsledkem mohou být určité výhody, jak pro zaměstnance, tak pro zákazníka,
- zákazníci jako **uživatelé** služeb, je nutné znát jeho potřeby,
- zákazníci jako **nositelé** podpory prodeje a šířitelé informací, mohou formou ústní reklamy kladně či záporně ovlivňovat představy o obci u ostatních subjektů. [5]

Vliv na celkový dojem obce nevytváří pouze zaměstnanci a zákazníci obce, dojem o obci je také utvářen na základě obyvatel a návštěvníků obce. Vedení obce může jednání lidí ve své obci ovlivnit pouze nepřímo formou vydávání obecních vyhlášek, trváním na dodržování zákonů a zřizováním městské policie.

### 3.4.6 Materiální prostředí

Materiální prostředí obce tvoří příroda, ve které je obec zasazena a její celkové územní uspořádání, soubor budov a zařízení a jejich architektonické řešení, komunikace apod. Materiální prostředí se skládá ze základního a periferního prostředí. Tato prostředí se podílejí na tvorbě image obce.

Do **základního prostředí** obce lze zařadit prostory a vybavení, ve kterých se služba poskytuje. Patří zde také automobily, autobusy, chodby, čekárny apod. Zákazník se rozhoduje na základě viditelných znaků. Proto je nutné dbát na vzhled vnitřních a vnějších prostor, ve kterých se služby poskytují.

**Periferní prostředí** dotváří dojem, který si zákazník vytvoří po vstupu do základního prostředí. Jedná se o vzhled formulářů, jízdenek, vstupenek, parkovacích lístků apod.

Obec si může vytvářet svou image také formou **materiálního prostředí**. Toto prostředí obec využívá k odlišení svých produktů na konkurenčním trhu. Základní materiální prostředí je tvořeno vnějším a vnitřním prostředím.

**Vnější prostředí** zahrnuje tvary budov, materiály užívané při výstavbě, venkovní osvětlení, nákladní automobily, parkoviště apod.

**Vnitřní prostředí** zahrnuje zařízení, kombinaci barev, znak obce, kancelářské pomůcky, klimatizace, vytápění apod. K efektivnímu uspořádání materiálního prostředí je nutné znát tržní segmenty, kterým je toto prostředí určeno. [5]

### 3.4.7 Procesy

Produkty a služby, které obec poskytuje svým zákazníkům, jsou dodávány určitým způsobem tzv. procesem. Může se jednat o jednotlivé druhy procesů, které poskytuje sama obec, organizace, které za tímto účelem obec založila či soukromé organizace. Zákazníci by měli být uspokojeni, nejen ze samotného produktu či služby, ale také z procesu, jakým způsobem jsou poskytovány.

Vzhledem k různorodosti produktu a služeb je vhodné si je klasifikovat do určitých skupin a následně na ně aplikovat různé procesy. Procesy mohou být rozděleny na základě vysokého, středního či nízkého kontaktu se zákazníkem. Management by se měl soustředit na procesy s vysokým kontaktem zákazníků. Měl by u nich zajistit soulad mezi kapacitou a požadavky zákazníků. Pracovníci, kteří jsou v těchto procesech zaměstnáni, mohou značně ovlivňovat názory lidí na kvalitu služeb či produktu. [5]

### 3.4.8 Partnerství

Za jeden z nejdůležitějších prvků marketingového mixu obce je považováno partnerství. Partnerství je spoluúčast soukromého a veřejného sektoru při řízení obce, při kterém se vytváří vztahy s různými subjekty, které tvoří a ovlivňují produkty a služby v obci.

V 80. letech se vytvořil pojem „Marketing vztahů“, který říká, že se obec nemůže soustředit pouze na své zákazníky, ale že je nutné posilovat vztahy s externími trhy. Tyto trhy se dělí na šest typů. [5]

- **Referenční trh** vytváří pro obec pozitivní image prostřednictvím kladných referencí a ústní reklamy, které mohou zprostředkovat obyvatelé, podnikatelé, investoři, zaměstnanci či návštěvníci obce.
- **Dodavatelský trh** by měl mít charakter dlouhodobé spolupráce. Jedná se o vztahy samosprávy obce s jejími smluvními partnery, kteří pro obec vykonávají určité funkce, dodávají ji určité produkty či služby.
- **Trh potenciálních pracovníků** zahrnuje především středoškolské a vysokoškolské občany, kteří mohou pracovat jako členové zastupitelstva, či vypomáhat při sociologických nebo marketingových průzkumech obce.
- **Trh ovlivňovatelů** se skládá z politických činitelů, členů parlamentu a politických stran, vlády, pracovníků ministerstev apod. Ovlivňovateli mohou být také novináři nebo podnikatelé v obci, kteří mají vliv na zaměstnanost v obci.
- **Interní trh** tvoří vlastní zaměstnanci obecního úřadu, kteří vytváří optimální chod obce. Zaměstnanci by měli být ztotožnění s obecní vizí a strategií. Každý zaměstnanec

může obec kladně prezentovat na základě dobré úrovně komunikace se všemi účastníky marketingu vztahu.

- **Trh spotřebitelů – zákazníkům.**[16]

## **4 METODIKA SHROMAŽĐOVÁNÍ DAT**

Pro zjištění potřebných údajů o spokojenosti občanů s úrovní poskytovaných služeb v obci Suché Lazce jsem ve své diplomové práci použila kvantitativní výzkum. Při výzkumu byla zvolena metoda zjišťování dat od respondentů prostřednictvím písemného dotazování.

### **Stanovení cíle**

Na podzim roku 2010 proběhly nové volby do obecního zastupitelstva. Členové zastupitelstva se proto rozhodli v létě téhož roku provést v obci průzkum, na jehož základě by získali informace a názory od občanů, jak vidí současnou situaci v obci a na které oblasti je nutné se v budoucnu zaměřit.

Hlavním cílem marketingového výzkumu bylo zjistit úroveň spokojenosti a důležitosti obyvatel s poskytovanými službami obce Suché Lazce v oblasti kultury, dopravy, vzdělávání, sportovního vyžití, životního prostředí, ale i spokojenost se službami nabízenými obecním úřadem, zjištění toho, co místním obyvatelům v obci chybí a co by zvýšilo jejich spokojenost. Snažila jsem se současně posoudit významnost hodnocených oblastí života v obci pro její obyvatele.

### **Zdroje informací**

Při výzkumu byly využity primární a sekundární zdroje informací. Zdrojem primárních informací byly konzultace s členy zastupitelstva, písemné dotazování obyvatel obce Suché Lazce pomocí dotazníku, tedy samotný výzkum v obci. Sekundární data byla získána z písemných materiálů a internetových stránek obce. Šlo o data výročních zpráv, statistické údaje, interní zdroje obce a Sucholazecký zpravodaj. Sekundární data byla získána také z odborné literatury – z knih, odborných časopisů a internetu.

### **Způsob sběru dat**

Sběr primárních dat proběhl kvantitativní metodou výzkumu formou písemného dotazování pomocí strukturovaného dotazníku. Písemné dotazníky byly občanům vhozeny do osobních schránek. Základním a zároveň výběrovým vzorkem byli všichni obyvatelé obce

Suché Lazce starší 16 let (873 obyvatel). Občané měli možnost vyplněný dotazník odevzdat do obecní schránky či do schránky jednoho ze zastupitelů.

## **Tvorba dotazníku**

Primárním zdrojem pro dotazování byl písemný dotazník, který byl sestaven na základě stanovených cílů. Po dohodě s členy zastupitelstva měl dotazník obsahovat všeobecný nástin všech oblastí v obci. Problematika neměla být rozebrána dopodrobna. Až na základě vyhodnocení tohoto dotazníku, kdy by z něj měly vyplynout problémové oblasti v obci, bude v budoucnu v obci zrealizován nový průzkum, který se bude problematikou zabírat do detailu. Dotazník měl formát A4 a byl vytištěn oboustranně. Dotazování proběhlo anonymně. Podoba dotazníku je uvedena v příloze č.3.

Dotazník se skládal ze 30 otázek, týkajících se spokojenosti a důležitosti jednotlivých oblastí kultury, dopravy, vzdělávání, sportovního vyžití, životního prostředí, ale i spokojenosti se službami nabízenými obecním úřadem. Tyto otázky se hodnotily na základě pětistupňové škály. Občané měli možnost nevyjadřovat se k některým oblastem, a to v případě, že se jich daná problematika netýkala osobně.

Dotazník dále zahrnoval devět identifikačních otázek, které se týkaly např. pohlaví, věku, délky pobytu občana v obci apod.

Občané mohli na závěr dotazníku připojit své návrhy a doporučení na budoucí rozvoj obce a práci zastupitelstva a upozornit na problematické oblasti v obci.

## **Pilotáž**

Před zahájením samotného výzkumu byl proveden předvýzkum, tzv. pilotáž na malém vzorku respondentů 15 lidí. Tato kontrola byla zpětnou vazbou, zda kladené otázky byly správně pochopeny, srozumitelně formulovány a odpověď na ně je jednoznačná. Tímto byly zjištěny v dotazníku dílčí nedostatky, pro které byl dotazník částečně přepracován. Poté proběhla samotná realizace vlastního sběru dat v terénu.

## Rozpočet výzkumu

Veškeré náklady spojené s realizací výzkumu byly hrazeny obcí. Jednalo se o náklady na tisk a roznos dotazníků.

## Časový harmonogram

Výzkum probíhal v červnu a červenci roku 2010. Na počátku byl vytvořen plán výzkumu, kde byly nadefinovány cíle výzkumu. Následně proběhla tvorba a pilotáž dotazníku. Nejdéle trvala etapa sběru údajů a samotná analýza. V konečné fázi došlo k předání závěrečné zprávy členům zastupitelstva. Podrobné informace jsou uvedeny v tabulce č. 4.1.

Tabulka č. 4.1

Činnost	Týden 1. 6. 2010 - 31. 7. 2010								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Definice problému a cíle</b>	X								
<b>Plán výzkumu</b>		X							
<b>Tvorba dotazníku</b>			X						
<b>Pilotáž</b>				X					
<b>Sběr údajů</b>				X	X	X			
<b>Zpracování údajů</b>						X			
<b>Analýza údajů</b>							X	X	
<b>Závěrečná zpráva</b>									X

## Struktura obyvatel, kteří vyplnili dotazník

Celkem bylo shromážděno 154 dotazníků. V příloze 2 jsou uvedeny tabulky s identifikačními otázkami respondentů. Z celkového počtu respondentů bylo 42 % mužů (65) a 58 % žen (89). Z nichž bylo ve věkové kategorii 16-20 let pouze 3 % respondentů, 21-35 let 23 % respondentů, 36-50 let 24 % respondentů, nejvíce respondentů je z věkové kategorie 51-65 let celých 34 % a nad 65 let vyplnilo dotazník 16 % respondentů.



Vyučeno je 39 % dotazovaných, 38 % má středoškolské vzdělání, 14 % vysokoškolské vzdělání, 6 % má základní vzdělání a 3 % ostatní vzdělání. Podle rodinného stavu je 66 % ženatých či vdaných respondentů, 19 % svobodných respondentů, 10 % vdovců a vdov a 5 % rozvedených respondentů. 45 % respondentů je zaměstnáno, důchodců je 36 %, studentů je 10 %, podnikatelů je 6 % a nezaměstnaných je 3 %.

Dotazník vyplnili ve 49 % rodáci obce, 38 % občané žijící v obci déle než 15 let, 8 % respondentů žijících v obci 5-15 let a 5 % respondentů žijících v obci méně než 5 let. Téměř všichni respondenti bydlí v rodinném domě v 94 %, 4 % obyvatel bydlí v bytě a 2 % respondentů v pronájmu a jiným způsobem. V dolní části obce žije 51 % dotazovaných, 36 % žije ve středu obce, 7 % v horní části obce a 6 % na Přerovci.

## **Zpracování shromážděných dat**

Před převedením dat z písemné podoby do podoby elektronické, byly jednotlivé dotazníky očíslovány a jednotlivé otázky zakódovány. V programu Microsoft Excel byla předem vytvořena datová matice, do které se jednotlivé dotazníky zaznamenávaly. Po důkladné kontrole jednotlivých informací v dotaznících proběhla analýza jednotlivých dat, na jejíž základě došlo k třídění informací prvního a druhého stupně. Konečné výsledky byly zaznamenány do tabulek a grafů. Na základě vyhodnocení spokojenosti a důležitosti v jednotlivých oblastech, došlo k tvorbě pozičních map, z nichž vyplynuly motivátory a konkurenční pozice jednotlivých oblastí. Ve SWOT analýze jsou rozepsány jednotlivé silné a slabé stránky, ohrožení a příležitosti obce, na jejichž základě jsou vytvořeny jednotlivé kombinace zhodnocovacích tabulek. Na závěr je uvedena tabulka s četnostmi jednotlivých prvků SWOT analýzy. Na prvky s nejvyšší četností by se obec měla zaměřit a snažit se je odstranit či využít.

## 5 ANALÝZA SPOKOJENOSTI OBYVATEL

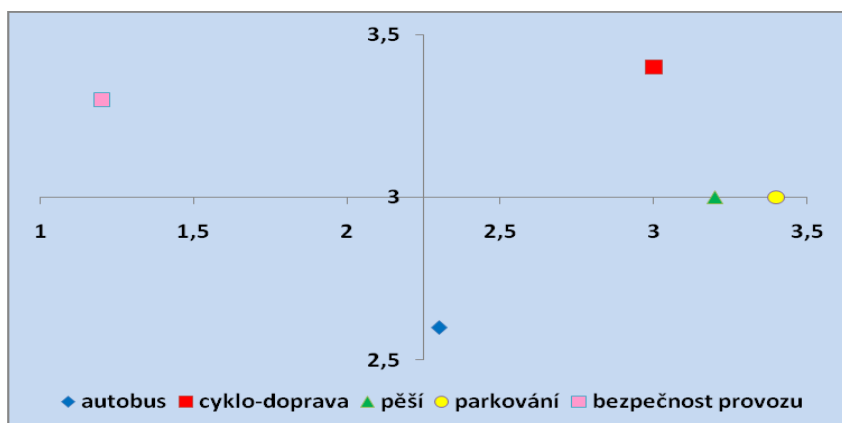
### 5.1 Vyhodnocení dotazníků

Strukturovaný dotazník celkem vyplnilo 154 obyvatel Suchých Lazců. V dotazníku bylo celkem 30 otázek, které byly rozděleny do 7 oblastí, které se týkaly důležitosti a spokojenosti s dopravou, kulturou a sportovním vyžitím, se vzdělávacími institucemi, životním prostředím, veřejnými a technickými službami v obci a s prací zastupitelstva. Tyto otázky občané hodnotili na pětistupňové škále. Spokojenost na škále - velmi spokojen, spíše spokojen, spokojen, spíše nespokojen a nespokojen. A důležitost na základě kritérií - velmi důležité, spíše důležité, důležité, spíše nedůležité a nedůležité. Občané mohli také nehodnotit danou problematiku, pokud se jich daná oblast netýkala. V další části dotazníku mohli občané uvádět záměry pro rozvoj obce a zaměření práce zastupitelstva. Údaje s absolutní a relativní četností, průměry a modus jsou uvedeny v příloze 3 a 4.

#### 5.1.1 Doprava

V této části dotazníku občané hodnotili bezpečnost silničního provozu, spokojenost s autobusovou dopravou, podmínky pro cyklo-dopravu, podmínky pro pěší a možnosti parkování v obci. Průměrná spokojenost s dopravou je 3,1 a důležitost 2,2. Z poziční mapy (obrázek č. 5.1) vyplynulo, že jsou občané nejvíce spokojeni s autobusovou dopravou a nejvíce je pro občany důležitá bezpečnost silničního provozu.

**Obrázek č. 5.1: Poziční mapa důležitosti a spokojenosti s dopravou**  
(osa x – důležitost, osa y – spokojenost)



Nejvíce jsou respondenti v obci spokojeni s **autobusovou dopravou**. Nadprůměrně oblast hodnotilo 70 % občanů, k nimž lze přiřadit ženy, občany nad 65 let, rodáky obce

a vdovy a vdovce. V dopoledních hodinách je starším občanům přizpůsoben autobus tím, že zajíždí k opavskému hypermarketu Globus. Občané tak nemusí zacházet poměrně značnou vzdálenost pěšky. Podprůměrně oblast hodnotili muži, občané ve věku od 16-20 let a 21-35 let, kterým pravděpodobně nevyhovují odjezdy posledních autobusů v nočních hodinách z Opavy zpět do Suchých Lazců a to ve 23 hodin. Mladí občané vyjíždějí za kulturou do Opavy a dopravu zpět do obce musejí řešit alternativní dopravou. Autobusová doprava je důležitá pro 33 % občanů, jde o ženy, studenty, občany ve věku 51-65 let a nad 65 let.

Další nejlépe hodnocenou částí v oblasti dopravy jsou **podmínky pro pěší v obci**. Nadprůměrně hodnotilo tuto oblast 21 % respondentů žijících ve středu obce, kde došlo v nedávné době k rekonstrukci chodníků, svobodní, ženatí a vdaní respondenti a občané ve věku 36-50 let. Podprůměrně oblast hodnotila skupina respondentů žijících na Přerovci, v této oblasti žije menší počet obyvatel, jde o domy podél hlavní komunikace, kde nejsou doposud vybudované nové chodníky. Podprůměrně také hodnotili respondenti ve věku 21-35 let, zde půjde pravděpodobně o maminky na mateřské dovolené, které jezdí s kočárky. Chodníky tvoří celistvou část a každý chodník má jinou výšku. Podmínky pro pěší jsou v obci velmi důležité pro 65 % občanů, k nimž patří důchodci a ženy, které pro své děti vyžadují v obci bezpečné podmínky.

**S možnostmi parkování v obci** je spokojeno 42 % dotazovaných. Podprůměrně tuto oblast hodnotili občané ve věku 21-35 let a vdaní a ženatí respondenti. Jde pravděpodobně o rodiny s malými dětmi, které obvykle vlastní více než jeden automobil a s množstvím parkovacích míst mají problém. Velmi nespokojeni jsou s parkováním v obci podnikatelé a občané žijící v bytě. Nadprůměrně oblast hodnotili občané, kteří vlastní rodinný dům, u kterého mají možnost parkování, respondenti se základním vzděláním a důchodci v obci, kteří již pravděpodobně vlastním automobilem nejezdí. Oblast parkování je v obci velmi důležitá pro 31 % občanů. Patří zde věková kategorie 36 – 50 let, občané žijící v bytě a v části Přerovec, podnikatelé a vysokoškoláci.

Pouze 31 % dotazovaných je s **bezpečností silničního provozu** spokojeno. 100 % občanů považuje tuto část dopravy v obci za velmi důležitou. Podprůměrně jsou s bezpečností v obci spokojené ženy a občané starší 65 let, kteří tuto oblast hodnotili průměrnou známkou 3,8. Velmi nespokojeni jsou občané žijící na Přerovci, kde doposud nejsou vybudovány chodníky a automobily zde jezdí nepřiměřenou rychlostí. Nadprůměrně

tuto oblast hodnotili občané s délkou pobytu v obci menší než 5 let, kteří mohou srovnávat bezpečnost s lokalitou, ve které žili dříve. Bezpečnost silničního provozu je velmi důležitá pro 97 % občanů, k nimž patří ženy, všechny věkové kategorie, občané žijící v manželství, občané žijící ve středu obce a na Přerovci.

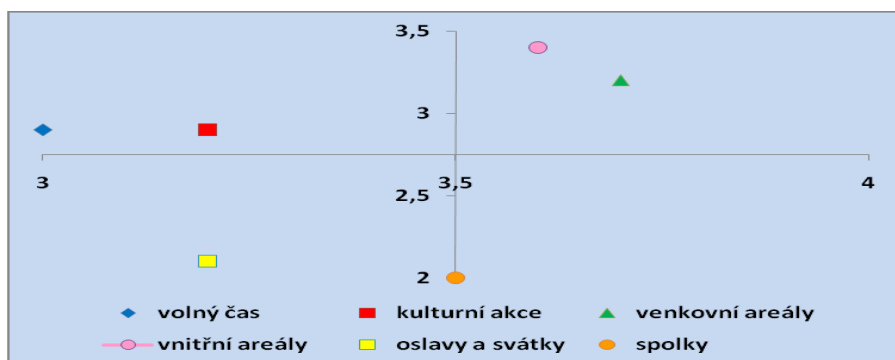
Nejméně jsou v obci respondenti spokojeni s **cyklo-dopravou**. Celkem je 57 % dotazovaných s podmínkami cyklo-dopravy nespokojeno. Podprůměrně oblast hodnotili, občané ve věku 21-35 let a 36-50 let, svobodní občané, občané žijící v bytě a občané s délkou pobytu v obci méně než 5 let. Tito respondenti vedou aktivnější život a vyjíždějí na delší trasy i mimo obec, kde je nižší kvalita polních cest, které vedou do sousedních obcí. Jde také o občany, kteří se zde přistěhovali, ti mohou srovnávat podmínky cyklo-dopravy s předešlým bydlištěm.

### 5.1.2 Kulturní a sportovní vyžití

V této oblasti respondenti hodnotili možnosti spolků, trávení volného času, nabídku kulturních akcí, vnitřní a vnější areály. Průměrná spokojenost je s oblastí 2,8 a důležitost 3,4. Z poziční mapy (obrázek č. 2) vyplynulo, že jsou občané v oblasti kultury nejvíce spokojeni s možnostmi spolků a tradičními oslavami a svátky v obci. Nespokojeni jsou občané

se sportovním vyžitím. Z poziční mapy vyplynulo, že se ve kvadrantu motivátorů objevila oblast tradičních oslav a svátků v obci, jejíž kvalitu by obec měla zachovávat. V kvadrantu konkurenčních příležitostí se objevilo trávení volného času a kulturní akce, které jsou pro občany velmi důležité. Obec by se proto na tyto oblasti měla zaměřit, zvyšovat jejich kvalitu a zvyšovat tak spokojenost občanů.

**Obrázek č. 2: Poziční mapa důležitosti a spokojenosti s kulturním a sportovním vyžitím (osa x – důležitost, osa y – spokojenost)**



Nejlépe hodnocenou částí jsou **možnosti spolků**. Nadprůměrně oblast hodnotilo 41 % občanů, patří mezi ně věková kategorie 16-20 let a občané nad 65 let, občané žijící v obci více než 15 let a rodáci obce. V obci je celkem 7 spolků, ve kterých se mohou občané realizovat. Podprůměrně jsou spokojeny ženy, věková kategorii 36-50 let a občané žijící v manželství.

Občané jsou v oblasti kulturního vyžití spokojeni s **tradičními oslavami a svátky obce**. Nadprůměrně oblast hodnotilo 56 % občanů - ženy, důchodci a rodáci obce. Podprůměrně občané věkové kategorie 16-20 let, kteří by v obci pravděpodobně zavedli nové svátky a tradice, a nebo by upravili tradiční program na akcích. A také občané žijící ve středu obce, kterým může pravděpodobně vadit to, že se tyto oslavy konají právě ve středu obce, kde jim mohou narušovat jejich osobní klid. Tradiční oslavy a svátky jsou velmi důležité pro 32 % občanů - rodáky a starší občany v obci.

Nadprůměrně je s **možnostmi trávení volného času** spokojeno 17 % občanů - věková kategorie 36-50 let, občané žijící v bytě a vysokoškoláci. Nespokojeni jsou převážně muži, svobodní občané a obyvatelé žijící v rodinném domě. Trávení volného času v obci je velmi důležité pro 41 % občanů - muže, svobodné občany, občany ve věku 51-65 let, občany žijící v obci déle než 15 let a občany žijící v rodinném domě.

S **nabídkou kulturních akcí** je v obci spokojeno 31 % dotazovaných. Nespokojeni jsou občané žijící v obci méně než 5 let, kteří se do obce přestěhovali, v jejich posledním místě bydliště měli v nabídce pravděpodobně rozmanitější kulturní akce. Nadprůměrně oblast hodnotilo 17 % občanů - rodáci v obci, občané žijící v rodinném domě a vyučení občané. Obec každoročně pořádá tradiční kulturní akce. Kulturní akce jsou velmi důležité pro 41 % občanů - ve věkové kategorii 21-35 let a 51-65 let, občany žijící v bytě, občany žijící v obci déle než 15 let, a důchodce.

S **venkovními areály** jsou nespokojeni - muži, svobodní občané, občané ve věkové kategorii 36-50 let, podnikatelé a středoškoláci v obci, kteří oblast hodnotili známkou 3,5. A 28 % dotazovaných je s venkovními areály velmi nespokojeno. Jde o muže a občany žijící v bytě. Nadprůměrně oblast hodnotili rodáci obce, občané nad 65 let věku, občané ve věkové kategorii 16-20 let a ženy v obci. Oblast venkovních areálů je velmi důležitá pro 29 % občanů, jde o muže, studenty, věkovou kategorii 16-20 let, 21-35 let, občany se středoškolským vzděláním, občany žijící v bytě a občany žijící v obci méně než 5 let.

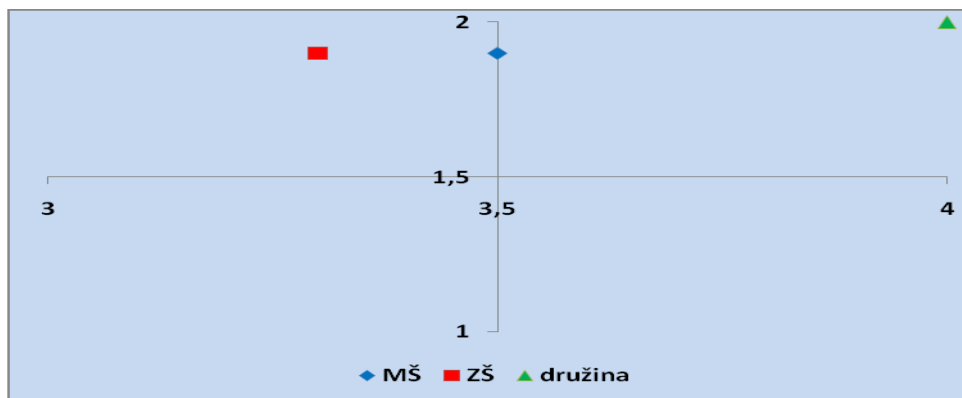
Na posledním místě se umístily **vnitřní areály**, spokojeno je s nimi pouze 15 % dotazovaných. Nespokojeni jsou opět svobodní občané, občany ve věkové kategorii 36-50 let a občané, žijící v obci méně než 5 let. 36 % občanů je s vnitřními areály dokonce velmi nespokojeno. Nejvíce stížností je u mužů, kteří bydlí v bytě. Spokojeny jsou ženy, rodáci v obci a občané starší 65 let. Oblast je velmi důležitá pro 24 % občanů - muže, studenty, středoškoláky, věkovou kategorii 21-35 let a 36-50 let a občany žijící v bytě.

### 5.1.3 Vzdělávací instituce

Respondenti v této oblasti hodnotili předškolní zařízení, základní vzdělávací zařízení a možnosti kroužků a družiny. Průměrná spokojenost se vzdělávacími institucemi je 1,9 a důležitost 3,6. Nejvíce jsou občané spokojeni s předškolním a základním vzdělávacím zařízením, tyto části občané hodnotili průměrnou známkou 1,9. Nejméně jsou pro občany důležité kroužky a činnost družiny. Z poziční mapy (obrázek č. 3) vyplynulo, že se základní vzdělávací zařízení objevilo v kvadrantu konkurenčního prostředí, které je pro občany důležité. Obec by i nadále měla spolupracovat se školou, aby se zvyšovala její úroveň.

#### Obrázek č. 3: Poziční mapa důležitosti a spokojenosti se vzdělávacím zařízením

(osa x – důležitost, osa y – spokojenost)



Občané jsou nejvíce spokojeni s **předškolním zařízením**. Překvapivě oblast hodnotilo nadprůměrně 40 % občanů, - muži, svobodní občané, rodáci obce, občané ve věkové kategorii 36-50 let a občané ve věkové kategorii nad 60 let. Tito občané pravděpodobně získávají informace od svých vnoučat. 3 % obyvatel jsou spíše nespokojeni s chodem předškolního zařízení. Podprůměrně jej hodnotili občané ve věku 36-50 let, občané, kteří dojíždějí do zaměstnání autobusem, občané, kteří žijí na Přerovci a podnikatelé. K této problematice se nevyjádřilo 18 % obyvatel, kteří s předškolním zařízením nemají osobní zkušenost.

Předškolní zařízení je velmi důležité pro 25 % občanů - ženy, věkovou kategorii 21-35 let, 36-50 let, občany žijící v manželství, občany se středoškolským a vysokoškolským vzděláním a zaměstnané občany.

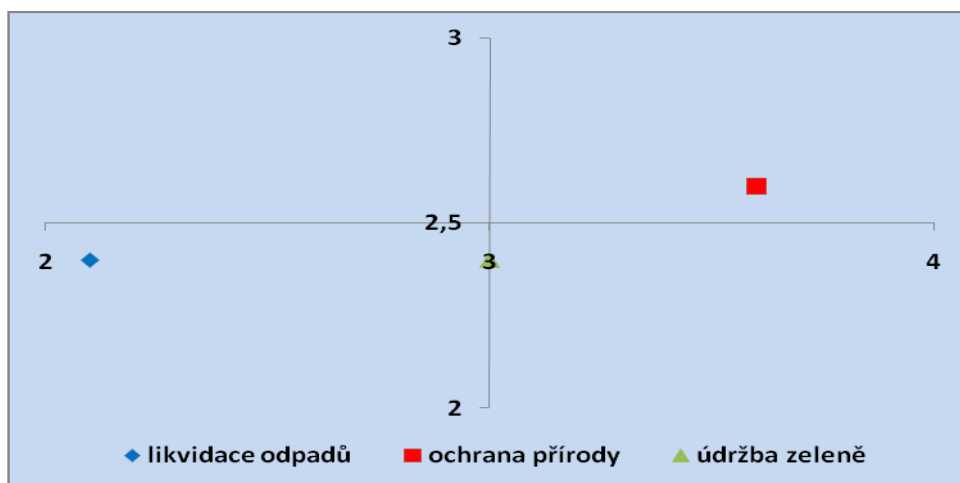
Spokojenost se **základním vzdělávacím zařízením** je 38 %. Nadprůměrně jej hodnotili - muži, věková kategorie 51-60 let, rodáci obce, občané žijící ve středu obce a v rodinném domě. Podprůměrně základní školu hodnotily ženy, vysokoškoláci, občané ve věkové kategorii 36-50 let a občané žijící v obci 5-15 let. Oblast základního vzdělávacího zařízení je důležitá pro ženy, věkovou kategorii 21-35 let a 36-50 let, občany se středoškolským a vysokoškolským vzděláním a rodáky v obci.

**S možnostmi družiny a kroužků** je spokojeno 34 % občanů. Nadprůměrně je hodnotilo 30 % občanů, kteří žijí v obci déle než 15 let, důchodci a rodáci obce. Občané pravděpodobně získávají informace od svých vnoučat. Podprůměrně oblast hodnotili občané žijící v obci 5-15 let, občané s vysokoškolským a se středoškolským vzděláním a zaměstnaní občané. Kroužky a chod družiny je velmi důležitý pro ženy, věkovou kategorii 21-35 let a 36-50 let, ženaté a vdané občany, občany žijící v bytě, občany se středoškolským a vysokoškolským vzděláním a zaměstnané občany. 25 % se k této problematice nevyjádřilo.

#### **5.1.4 Životní prostředí**

V této části dotazníku respondenti hodnotili údržbu zeleně, odvoz a likvidaci odpadů a ochranu přírody. Průměrná spokojenost respondentů s oblastí je 2,5 a důležitost 2,9. Občané jsou nejvíce spokojeni s likvidací odpadů (2,4), tato oblast je pro ně nejdůležitější (2,1). Nejméně jsou respondenti spokojeni s ochranou přírody v obci (2,6), ta je pro občany nejméně důležitá (3,6). Z poziční mapy (obrázek č. 4) vyplynulo, že se v kvadrantu motivátorů vyskytuje oblast odvozu a likvidace odpadů a údržby zeleně. Pro občany jsou tyto oblasti nejen důležité, ale se současným stavem jsou také spokojeni. Obec by proto měla i nadále udržovat současnou kvalitu těchto oblastí.

**Obrázek č. 4: Poziční mapa důležitosti a spokojenosti se životním prostředím**  
(osa x – důležitost, osa y – spokojenost)



Mezi nejlépe hodnocenou oblast, týkající se životního prostředí patří v obci **údržba zeleně**. 42 % dotazovaných je s touto oblastí spokojeno. Nadprůměrně údržbu zeleně hodnotilo 46 % občanů - ve věku 16-20 let, muži, důchodci, občané žijící v obci déle než 15 let a občané žijící ve středu obce. Údržba zeleně v obci se podstatně zlepšila v době, kdy byl v obci zaměstnán obecní pracovník, který je odpovědný za tuto oblast. Občané již nemusí provádět údržbu travnatých porostů před svými domy. Podprůměrně údržbu zeleně hodnotily ženy, občané žijící v bytě a svobodní občané. Jde pravděpodobně o respondenty, kterým se nelíbí odstranění některých druhů keřů z praktického hlediska. Údržba zeleně je velmi důležitá pro 48 % občanů - muže, věkovou kategorii 51-65 let a občany nad 65 let, důchodce, občany se základním vzděláním, občany žijící ve středu obce a občany žijící v rodinném domě.

Pozitivně hodnotí občané **odvoz a likvidaci odpadů**. 39 % dotazovaných je s touto problematikou spokojeno. Jde o občany ve věku 16-20 let, občany žijící v manželství, důchodce a občany žijící v bytě. Podprůměrně odvoz a likvidaci odpadů hodnotili občané žijící v rodinném domě a v dolní části obce. Likvidace odpadů je pro 80 % obyvatel důležitá. Patří zde muži, věková kategorie 36-50 let, občané žijící v manželství, občané se středoškolským vzděláním, podnikatelé, důchodci, občané žijící v rodinném domě a občané žijící v obci méně než 5 let.

Občané jsou také spokojeni s **ochranou přírody**. 27 % dotazovaných je spokojeno. Nadprůměrně jsou spokojeny ženy, občané ve věku 21-35 let, občané žijící v manželství



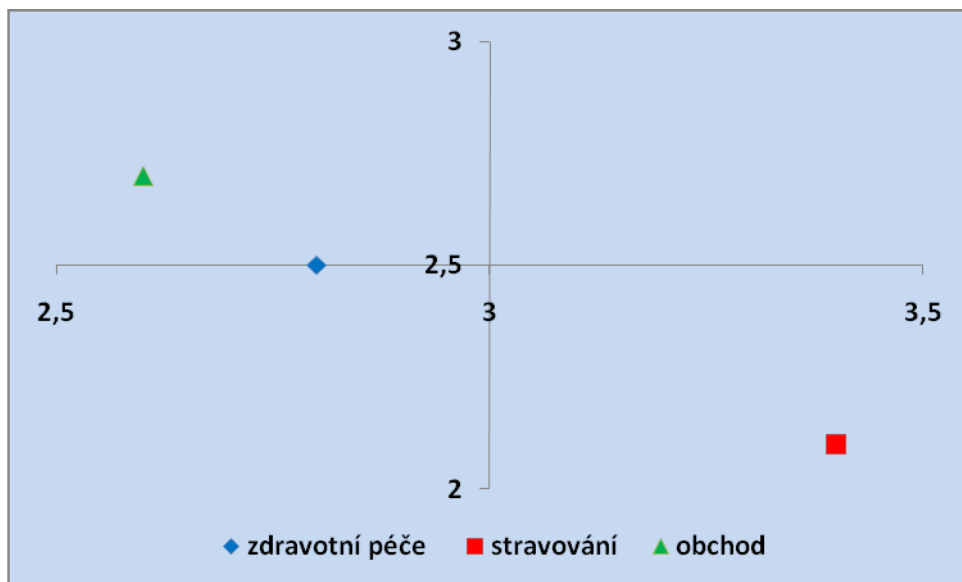
a občané žijící v horní části obce. 15 % dotazovaných je s ochranou přírody spíše a velmi nespokojeno. Jde o muže a svobodné občany, vdovce a vdovy a občany žijící v dolní části obce. Problematika ochrany přírody je důležitá pro 44 % občanů. Patří mezi ně muži, věková kategorie 36-50 let, občané se základním vzděláním, důchodci a rodáci obce, občané žijící ve středu obce a v rodinném domě.

### 5.1.5 Veřejné služby

V oblasti veřejných služeb respondenti hodnotili dostupnost obchodu, zdravotní péče a veřejného stravování. Průměrná spokojenost s veřejnými službami je 2,4 a důležitost 2,9. Nejvíce jsou občané spokojeni s veřejným stravováním, které hodnotili průměrnou známkou 2,1 a které je pro ně v oblasti veřejných služeb nejméně důležité (3,4). Nejméně jsou občané spokojeni s dostupností obchodu (2,7), který je pro občany nejvíce důležitý (2,6). Z poziční mapy (obrázek č. 5) vyplynulo, že se zdravotní péče objevuje v kvadrantu motivátorů. Obec by i nadále měla s obvodním lékařem spolupracovat a zajišťovat tak současnou kvalitu služby, se kterou jsou občané spokojeni. V kvadrantu konkurenčních příležitostí se objevují služby obchodu. Tato oblast je pro občany důležitá, služby obchodu by se proto měly přizpůsobit občanům natolik, aby s nimi mohli být občané spokojeni.

**Obrázek č. 5: Poziční mapa důležitosti a spokojenosti s veřejnými službami**

(osa x – důležitost, osa y – spokojenost)



Nejlépe občané hodnotili **veřejné stravování**, se kterým je spokojeno 45 % respondentů. Nadprůměrně je spokojeno 41 % občanů - muži, důchodci, svobodní občané,

vdovy a vdovci a občané žijící v bytě. Restaurační zařízení praktikuje přímý rozvoz denních menu přímo k domu respondenta. Těmto občanům se vyplatí zakoupení denního menu, které je levnější, než by si měli respondenti vařit sami. Pouze 3 % respondentů je s veřejným stravováním spíše nespokojeno, jde o ženy a občany, žijící v obci déle než 15 let. Velmi nespokojeni jsou podnikatelé, kteří by pravděpodobně uvítali v jídelničkách restauračních zařízení určité speciality. Veřejné stravování považuje za důležité 34 % občanů. Jde o muže, věkovou kategorii 21-35 let, 51- 65 let a nad 65 let, vdovce a vdovy, důchodce a občany žijící v bytě.

S oblastí **zdravotní péče** je celkem spokojeno 40 % dotazovaných. Nadprůměrně oblast hodnotili muži, občané žijící v rodinném domě, občané ve věku 36-50 let a 51-65 let a vdovci a vdovy. Praktická lékařka v obci působí zatím jen pár let. Občané při návštěvě lékaře mají možnost využití výtahu. 13 % dotazovaných je s dostupností lékaře spíše nespokojeno, jde o ženy, vysokoškoláky a věkovou kategorii 21-35 let, kteří mají děti. Dětský lékař nemá v obci zastoupení. Oblast zdravotní péče je velmi důležitá pro 40 % občanů, do níž lze zahrnout ženy, vdovce a vdovy, důchodce, občany ve věkové kategorii 51-65 let a nad 65 let.

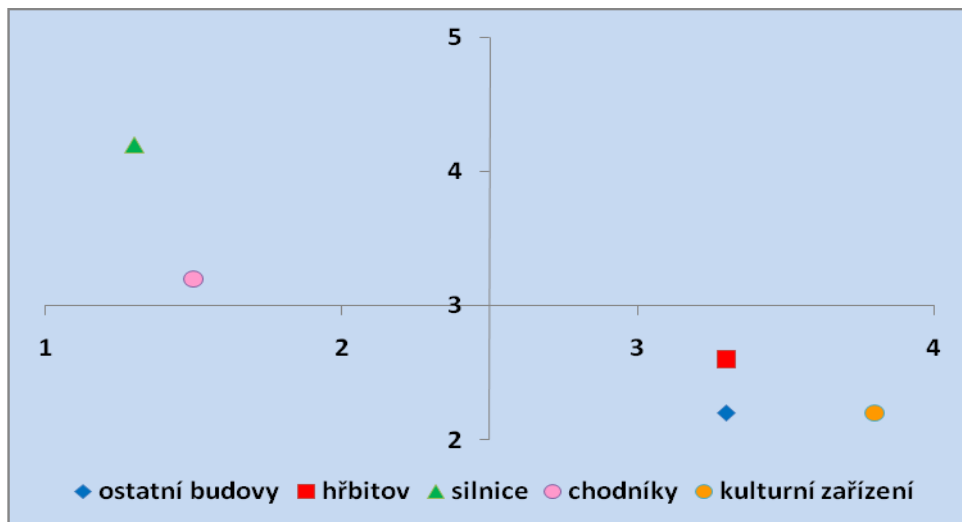
**S obchodem** je v obci spokojeno 45 % dotazovaných. Nadprůměrně oblast hodnotili muži, občané se základním vzděláním a vdovy a vdovci. 51 % dotazovaných je s obchodem nespokojeno. Jde o ženy a občany s vysokoškolským vzděláním, věkovou kategorii 21-35 let a svobodné občany a občany žijící v bytě. Obchod má velmi omezené možnosti v sortimentu zboží, ceny zboží se pohybují ve vyšších cenových relacích. Oblast obchodu je důležitá pro 52 % občanů. Nejdůležitější je pro ženy, věkovou kategorii 51-65 let a nad 65 let, důchodce, rodáky obce, občany, kteří se dopravují autobusem a chodí pěšky.

### **5.1.6 Technické služby**

V oblasti technických služeb respondenti hodnotili opravy a údržbu kulturního zařízení, ostatních budov obce, údržbu hřbitova, silnic a chodníků. Průměrná spokojenost občanů s technickými službami je 2,9 a důležitost 2,6. Občané jsou nejvíce spokojeni s opravami a údržbou kulturního zařízení a ostatních budov obce (2,2). Méně jsou občané spokojeni s údržbou chodníků v obci (3,2), která je pro ně druhou nejdůležitější oblastí (1,5). A nejméně jsou občané spokojeni s údržbou silnic, která je pro ně nejvíce důležitá (1,3). Z poziční mapy (obrázek č. 6) vyplynulo, že se ve kvadrantu konkurenčních příležitostí

objevuje údržba chodníků a silnic, které jsou pro občany velmi důležité. Obec by měla ze svého rozpočtu vyčlenit finanční prostředky na zlepšení kvality těchto oblastí, aby došlo ke zvýšení spokojenosti občanů.

**Obrázek č. 6: Poziční mapa důležitosti a spokojenosti s technickými službami**  
(osa x – důležitost, osa y – spokojenost)



Nejlépe jsou hodnoceny **opravy a údržba kulturního zařízení**, se kterými je 44 % občanů spokojeno. Nadprůměrně kulturní zařízení hodnotilo 50 % občanů - muži, důchodci, občané ve věku 51-65 let a svobodní občané. Podprůměrně kulturní zařízení hodnotili 3 % respondentů. Šlo o ženy a občany ve věku 16-20 let a 36-50 let. Respondenti s podprůměrným hodnocením nejsou pravděpodobně spokojeni s některými nedostatky v kulturním zařízení. Jde o zastaralé sociální zařízení či chybějící myčku apod. Údržba kulturního domu je velmi důležitá pro 26 % občanů - věkovou kategorii 36-50 let a občany žijící v manželství, kteří si kulturní zařízení pronajímají k soukromým účelům.

**S opravami a údržbou ostatních budov v obci** je spokojeno 44 % dotazovaných. Nadprůměrně oblast hodnotilo 46 % občanů - nejen důchodci a rodáci v obci, ale také občané ve věku 16-20 let. Podprůměrně opravy a údržbu ostatních budov hodnotili středoškoláci, občané ve věku 36-50 let a občané žijící v horní části obce.

**S údržbou hřbitova** je spokojeno 41 % dotazovaných. Nadprůměrně údržbu hřbitova hodnotili občané se středoškolským a vysokoškolským vzděláním. Naopak podprůměrně oblast hodnotili důchodci, občané ve věkové kategorii nad 65 let a vdovy a vdovci. Oblast

údržby hřbitova je velmi důležitá pro 16 % občanů, patří mezi ně vyučení občané, důchodci, občané nad 65 let, občané žijící v obci déle než 15 let a rodáci obce.

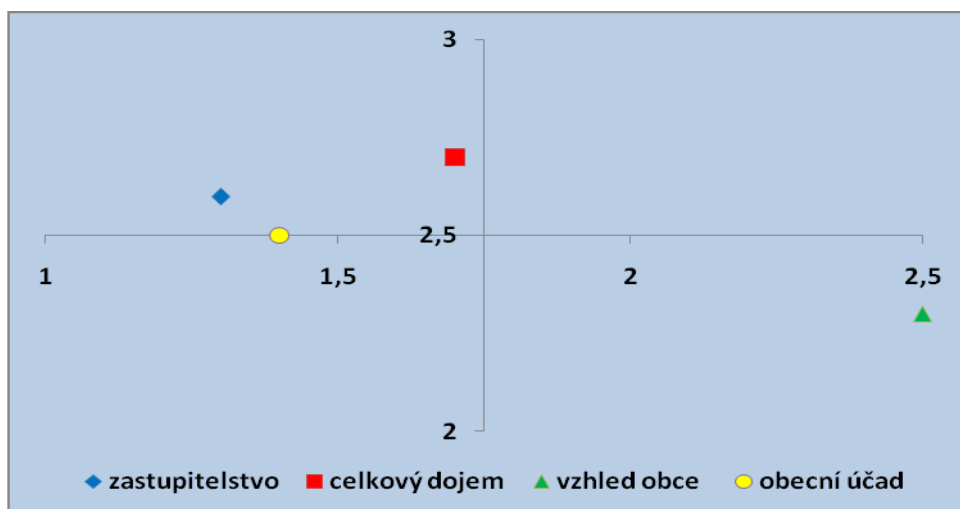
S **údržbou chodníků** je spokojeno 35 % dotazovaných. Nadprůměrně údržbu chodníků hodnotili muži, občané žijící ve středu obce, kde v nedávné době došlo k jejich rekonstrukci. S údržbou chodníků jsou také spokojeni důchodci, kteří oblast mohou hodnotit z dlouhodobého hlediska. Velmi nespokojeny jsou ženy, občané žijící v horní části obce a na Přerovci, kde doposud nejsou chodníky zhotoveny. Oblast údržby chodníků je velmi důležitá pro 21 % občanů. Za velmi důležitou ji považují muži, věková kategorie 51-65 let, nad 65 let, občané žijící v dolní části obce, ve středu obce a na Přerovci.

Nejhůře hodnocenou částí je **údržba silnic**. Spokojeno je s oblastí pouze 8 % občanů. Podprůměrně údržbu silnic hodnotilo celkem 85 % dotazovaných. Jde o muže, svobodné občany, občany s vysokoškolským vzděláním, podnikatele v obci, osoby jezdící do zaměstnání autobusem a automobilem, osoby žijící na Přerovci a osoby žijící v obci méně než 5 let. Nadprůměrně údržbu silnic hodnotili v 5 % důchodci, vdovy a vdovci, kteří nevyužívají tak často automobil a osoby žijící v dolní části obce a ve středu obce, kde došlo v nedávné době k rekonstrukci silnice. Za velmi důležitou považují údržbu silnic (85 %) - muži, svobodní občané, občané s vysokoškolským a středoškolským vzděláním, podnikatelé, občané žijící na Přerovci, občané žijící v obci méně než 5 let a občané, kteří se do zaměstnání dopravují automobilem.

#### **5.1.7 Práce obecního úřadu a zastupitelstva**

V rámci této oblasti respondenti hodnotili nejen práci obecního úřadu a zastupitelstva, ale také vzhled a celkový dojem o obci. Průměrná spokojenost je 2,5 a důležitost 1,7. Nejvíce jsou občané spokojeni s celkovým vzhledem obce (2,3), ten je ale pro občany nejméně důležitý. Na druhém místě se umístila spokojenost občanů s chodem obecního úřadu (2,5), která je u občanů považována za jednu z nejdůležitějších (1,4). Práce obecního zastupitelstva je nejdůležitější (1,3). Nejméně jsou občané spokojeni s celkovým dojmem obce (2,7) tento faktor se umístil na předposledním místě důležitosti (1,7). Z poziční mapy (obrázek č. 7) vyplynulo, že se v kvadrantu konkurenčních příležitostí pohybuje práce OÚ, práce zastupitelstva a celkový dojem obce. Tyto oblasti jsou pro občany důležité. Spokojenost s těmito oblastmi je 2,5. Obec by i nadále měla udržovat kvalitu svých služeb a nacházet nové příležitosti jak spokojenost obyvatel co nejvíce zvyšovat.

**Obrázek č. 7: Poziční mapa důležitosti a spokojenosti se službami obce**  
(osa x – důležitost, osa y – spokojenost)



**Se vzhledem obce** je spokojeno 42 % občanů. Nadprůměrně jej hodnotily ženy, občané žijící v rodinném domě a občané žijící ve středu obce. Dále také rodáci, důchodci a občané nad 65 let, kteří tuto oblast mohou hodnotit z dlouhodobého hlediska. Podprůměrně vzhled obce hodnotili jen 3 % obyvatel. V tomto případě se jedná o věkovou kategorii 21-35 let a 36-50 let a o občany, kteří v obci bydlí méně než 5 let. Tito občané mohou srovnávat vzhled obce s místem, kde dříve bydleli. Vzhled obce je důležitý pro 34 % občanů - občané žijící v manželství, občané žijící ve středu obce, rodáci obce a občané se středoškolským a vysokoškolským vzděláním.

**S prací obecního úřadu** je spokojeno 38 % dotazovaných. Nadprůměrně práci OÚ hodnotilo 39 % dotazovaných - ženy, občané se středoškolským vzděláním, věková skupina nad 65 let a rodáci v obci. 14 % občanů je s prací obecního úřadu nespokojeno. Jde o muže, věkovou kategorii 16-20 let a občany žijící v obci méně než 5 let. 5 % obyvatel je s prací OÚ velmi nespokojeno, v tomto případě se jedná o občany v dolní části obce. Práce OÚ je důležitá pro 79 % dotazovaných, k nimž patří muži, věková kategorie 21-35 let, 51-65 let, občané se středoškolským a vysokoškolským vzděláním, zaměstnaní občané a občané žijící v rodinném domě.

**S prací zastupitelstva** je spokojeno 38 % dotazovaných. Nadprůměrně práci zastupitelstva hodnotilo 33 % občanů - ženy, věková kategorie 21-35 let, občané žijící v obci déle než 15 let, rodáci obce a občané žijící ve středu obce. Podprůměrně práci zastupitelstva

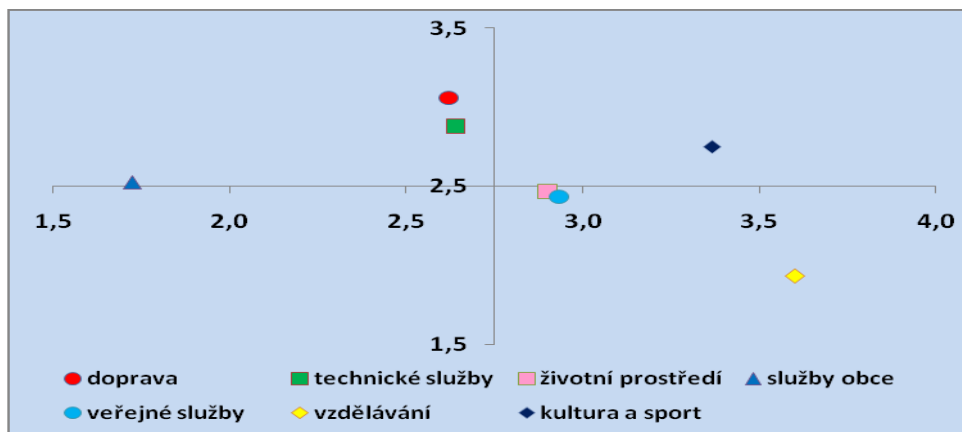
hodnotili muži, občané ve věkové kategorii 16-20 let a občané žijící v dolní části obce a na Přerovci. Práce zastupitelstva je velmi důležitá pro 75 % občanů - muže, občany nad 65 let, občany se středoškolským a vysokoškolským vzděláním, rodáky obce, občany žijící v rodinném domě a v části Přerovec.

**S celkovým dojmem obce** je spokojeno 55 % občanů. Nadprůměrně jej hodnotilo 30 % občanů - rodáci, občané nad 65 let a občané žijící ve středu obce. Nespokojena je věková skupina 21-35 let a občané žijící v obci méně než 5 let. Celkový dojem obce je důležitý pro 87 % občanů. Patří zde muži, občané se středoškolským a vysokoškolským vzděláním, občané žijící ve středu obce a rodáci obce.

### **5.1.8 Celková důležitost a spokojenost s oblastmi**

V obci je za **nejdůležitější oblast považována práce obecního úřadu a zastupitelstva obce** (1,7), jejíž průměrná spokojenost je 2,5. V této oblasti je za nejdůležitější považována práce obecního zastupitelstva (1,3), od které se odvíjí celkové dění v obci. **Na druhém místě důležitosti se umístila oblast dopravy a technických služeb** (2,6). V dopravě je pro občany nejvíce důležitá bezpečnost silničního provozu (1,2). S bezpečností provozu jsou občané nejméně spokojeni. V oblasti technických služeb je pro občany nejvíce důležitá údržba silnic (1,3) a údržba chodníků (1,5), se kterými jsou občané nejméně spokojeni. **Na třetím místě v důležitosti se umístily oblasti veřejných služeb a životního prostředí** (2,9). Ve veřejných službách je pro občany důležitá dostupnost obchodu (2,6), se kterou jsou občané průměrně spokojeni. (2,7). V oblasti životního prostředí je pro občany nejvíce důležitý odvoz a likvidace odpadů (2,1), se kterým jsou občané spokojeni (2,4). **Jednou z nejméně důležitých oblastí, která vyplynula z dotazování, je pro občany oblast kulturního a sportovního vyžití** (3,4). Průměrná spokojenost s oblastí je (2,8). Nejvíce je pro občany důležité trávení volného času (3), s nimž jsou občané průměrně spokojeni (2,9). **Nejméně důležitá je pro občany oblast vzdělávacího zařízení** (3,6). Průměrná spokojenost je (1,9). Nejvíce je pro občany důležitá činnost základní školy (3,3), se kterou jsou občané spokojeni (2,9).

**Obrázek č. 8: Poziční mapa důležitosti a spokojenosti všech oblastí**  
(osa x – důležitost, osa y – spokojenost)



Z poziční mapy (obrázek č. 8) vyplynulo, že se ve kvadrantu konkurenčních příležitostí objevuje doprava a technické služby, které jsou pro občany důležité. Spokojenost s nimi je průměrná. Obec by na ně měla vyčlenit ze svého rozpočtu finanční prostředky, pomocí nimž by odstranila největší nedostatky v obci. Následně by došlo ke zvýšení spokojenosti občanů s těmito oblastmi. Na rozhraní kvadrantu motivátorů a konkurenčních příležitostí se nachází služby obce. Které jsou pro občany nejdůležitější. Obec by proto ve svých rozhodnutích měla jednat rozvážně a svědomitě. Tak aby občané s chodem obecního úřadu a zastupitelstvem byli spokojeni.

### 5.1.9 Hlavní záměry pro rozvoj obce a zaměření práce zastupitelstva

Mezi hlavní záměry obce uvádělo 49 % dotazovaných oblast silnic. Z nichž 51 % obyvatel uvádělo opravy a údržbu silnic, 16 % úpravu polních cest pro účely cyklo-dopravy a in - line bruslení, 15 % obyvatel by v obci zavedlo retardéry, zpomalovací pruhy a zrcadla, 9 % by postavilo semafor u hlavní čtyřproudové silnice. Pro zavedení více přechodů pro chodce je 5 % obyvatel, 3 % by na některých místech posekalo vysokou trávu podél silnice a 1 % by se zaměřilo na nepřehlednost silničního provozu.

Mezi další záměry obce by měla patřit oblast sportovišť a chodníků v obci. Na tuto oblast v obou případech upozornilo celkem 25 % dotazovaných. U sportovišť občané upozorňovali na výstavbu sportovního areálu, kde by mělo své zázemí tenisové a volejbalové hřiště, prolézačky pro děti apod. V oblasti chodníků 39 % dotazovaných by se zaměřilo na opravy chodníků, 23 % by vybudovalo nové chodníky v části Přerovec, 21 % obyvatel

by zakázalo parkování automobilů na chodnících a obecních cestách. Bezbariérové chodníky by vybudovalo 10 % respondentů a 6 % vadí zaplevelené chodníky.

Připomínky k autobusové dopravě má 20 % dotazovaných. Více spojů k hypermarketu Globus, nejen v dopoledních, ale také v odpoledních hodinách, o víkendech a svátcích by uvítalo 39 % občanů. Úpravu některých dopoledních a večerních autobusových spojů by provedlo 33 % respondentů. Na nepořádek na horní a dolní zastávce upozornilo 17 % občanů. Zvedací plošinu by v autobuse uvítalo 7 % občanů a 4 % dotazovaných by zavedlo autobusovou zastávku u restauračního zařízení Heja.

Na oblast biologického odpadu upozornilo 11 % dotazovaných. Z nichž by 47 % občanů uvítalo častější přistavování kontejneru na biologický odpad, 23 % obyvatel by zavedlo vyhlášku o zákazu skládek biologického odpadu na okraji vesnice. Pálení biologického odpadu by zakázalo 18 % občanů, 6 % občanů by umístilo kontejnery na biologický odpad na více místech v obci a 6 % občanů by zavedlo v obci místo na kompost, do kterého by občané měli možnost svážet trávu.

Nádrž Sedlinku, která by se dala opět využívat k rekreačním účelům by vyčistilo 8 % dotazovaných, 8 % občanů upozornilo na oblast kanalizace a čističky odpadních vod. 6 % občanů by uvítalo lepší informovanost v obci, 5 % občanů by se zaměřilo na kulturní akce v obci a ochranu přírody, 3 % obyvatel by se zaměřilo na střelecký areál Strážnice a 2 % obyvatel by řešilo oblast parkování v obci. Další oblasti pro záměry obce a práce zastupitelstva jsou uvedeny v příloze 5 tabulka č. 14.



## 5.2 SWOT analýza

Aktuální situace v obci se zjišťuje na základě SWOT analýzy. Tuto situaci ovlivňují vnitřní a vnější podmínky na trhu. SWOT analýza specifikuje silné a slabé stránky obce, její příležitosti a ohrožení. Obec by se měla snažit omezovat své slabé stránky, zaměřovat se na stránky silné, využívat své příležitosti a předvídat případné ohrožení obce.

### Silné stránky (Strengths)

- S1 Poloha obce
- S2 Celkový vzhled obce
- S3 Dobrá dopravní dostupnost
- S4 Existence primárních sítí plynu, vody a elektrické energie
- S5 Zpracovaný územní plán obce
- S6 Rozvinutá telekomunikační síť
- S7 Volné pozemky určené k rekreaci
- S8 Volné pozemky pro podnikání
- S9 Čisté životní prostředí
- S10 Zájem občanů zachovávat kulturní tradice
- S11 Kvalitní činnost zájmových spolků

### Slabé stránky (Weaknesses)

- W1 Špatný stav silnic
- W2 Špatný stav chodníků
- W3 Chybějící sportoviště v obci
- W4 Neexistence splaškové kanalizace a ČOV
- W5 Nedostatek parkovacích míst
- W6 Nedostatek volných stavebních míst
- W7 Nízká bezpečnost silničního provozu
- W8 Chybějící koncepce rozvoje

### **Příležitosti (Opportunities)**

- O1 Výstavba rychlostní komunikace mezi Opavou a Ostravou
- O2 Stěhování obyvatel z měst do vesnic
- O3 Čerpání finančních zdrojů z fondů EU a ČR
- O4 Zvýšení příjmu obce
- O5 Využití vodní nádrže Sedlinka k rekreačním účelům
- O6 Využití objektu Střelnice ke sportovním účelům

### **Ohrožení (Threats)**

- T1 Snížení příjmů obce
- T2 Úbytek obyvatelstva
- T3 Stárnoucí populace
- T4 Zvyšující se míra nezaměstnanosti
- T5 Omezené množství pracovních příležitostí
- T6 Soukromé vlastnictví volných pozemků využitelných pro rozvoj výstavby
- T7 Nezájem obyvatel o podnikání
- T8 Nárůst kriminality v obci

### **Vzájemná souvislost jednotlivých oblastí SWOT analýzy**

Na základě rozboru jednotlivých vlastností obce, uvádím v následujících tabulkách porovnání silných a slabých stránek k příležitostem a hrozbám obce. Tyto tabulky znázorňují, jak se jednotlivé oblasti obce navzájem ovlivňují.

**Tabulka č. 5.1 Možnost využití příležitostí ke zhodnocení silných stránek**

S/O	1	2	3	4	5	6	Celkem
1							0
2		1	1	1	1		4
3	1	1	1	1	1		5
4		1	1	1			3
5		1	1	1			3
6		1	1	1			3
7	1	1	1	1	1	1	6
8	1	1	1	1	1		5
9		1	1	1	1		4
10		1	1	1			3
11		1	1	1		1	4
<b>Celkem</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	

Vyhodnocení tabulky - číslo jedna znamená v průsečících řádků (silných stránek) a sloupců (příležitostí), že příslušnou silnou stránku lze zhodnotit příslušnou příležitostí obce. To znamená silná stránka S2 Celkový vzhled obce lze zhodnotit příležitostí O2 Stěhování obyvatel z měst do vesnic, O3 Čerpání finančních zdrojů z fondů EU a ČR, O4 Zvýšením příjmu obce a O5 Využitím vodní nádrže Sedlinka k rekreačním účelům.

**Tabulka č. 5.2 Možnost odstranění slabých stránek využitím příležitostí**

W/O	1	2	3	4	5	6	Celkem
1			1	1			2
2			1	1			2
3			1	1	1	1	4
4			1	1			2
5			1	1			2
6							0
7			1	1			2
8				1			1
<b>Celkem</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	

Vyhodnocení tabulky - číslo jedna znamená v průsečících řádků (slabých stránek) a sloupců (příležitostí), že příslušnou slabou stránku lze odstranit využitím příslušné příležitosti. Například využitím příležitosti O3 Čerpání finančních zdrojů z fondů EU a ČR lze odstranit slabé stránky: W1 Špatný stav silnic, W2 Špatný stav chodníků, W3 Chybějící

sportoviště v obci, W4 Neexistence splaškové kanalizace a ČOV, W5 Nedostatek parkovacích míst, W7 Nízká bezpečnost silničního provozu. Ve výčtu využití příležitostí lze i nadále pokračovat.

**Tabulka č. 5.3 Možnost využití silných stránek k odstranění hrozeb**

S/T	1	2	3	4	5	6	7	8	Celkem
1		1		1	1		1	1	5
2		1					1	1	3
3		1					1		2
4		1					1		2
5		1		1	1	1	1		5
6		1		1	1		1		4
7		1	1	1	1		1	1	6
8	1	1		1	1		1	1	6
9	1	1	1			1	1	1	6
10				1	1		1		3
11	1	1							2
<b>Celkem</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	

Vyhodnocení tabulky - číslo jedna znamená v průsečících řádků (silných stránek) a sloupců (ohrožení), že využitím příslušné silné stránky lze odstranit příslušné hrozby. Například k odstranění rizika T1 Snížení příjmů obce lze využít silných stránek S8 Volné pozemky pro podnikání, S9 Čisté životní prostředí a S11 Kvalitní činnost zájmových spolků. Ve výčtu odstranění rizik by šlo opět pokračovat.

**Tabulka č. 5.4 Možnosti odstranění slabých stránek a vyhnutí se ohrožení**

W/T	1	2	3	4	5	6	7	8	Celkem
1	1	1		1	1		1		5
2	1	1		1	1		1		5
3	1	1		1	1			1	5
4	1	1		1	1	1	1		6
5	1	1		1			1		4
6		1				1	1		3
7	1	1		1	1		1		5
8	1	1		1	1	1	1	1	7
<b>Celkem</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	

Vyhodnocení tabulky - číslo jedna v průsečících řádků (slabých stránek) a sloupců (ohrožení) znamená, že odstraněním příslušné slabé stránky se lze vyhnout příslušnému

ohrožení. Například k vyhnutí se ohrožení T1 Snížení příjmu obce lze využít možnosti odstranění slabých stránek W1 Špatný stav silnic, W2 Špatný stav chodníků, W3 Chybějící sportoviště v obci, W4 Neexistence splaškové kanalizace a ČOV, W5 Nedostatek parkovacích míst, W7 Nízká bezpečnost silničního provozu a W8 Chybějící koncepce rozvoje. V bližší specifikaci by šlo opět pokračovat.

### **Hodnocení vzájemných vazeb mezi prvky SWOT analýzy**

Na základě vyhodnocených alternativ, které jsou uvedeny v předešlé části, lze při rozvoji obce nejlépe využít následující možnosti.

#### **Ke zhodnocení silných stránek jsou nejlépe využitelné příležitosti:**

1. O2 Stěhování obyvatel z měst do vesnic, O3 Čerpání finančních zdrojů z fondů EU a ČR a O4 Zvýšení příjmu obce
2. O5 Využití vodní nádrže Sedlinka k rekreačním účelům
3. O1 Výstavba rychlostní komunikace mezi Opavou a Ostravou
4. O6 Využití objektu Střelnice ke sportovním účelům

#### **K odstranění slabých stránek jsou nejlépe využitelné tyto příležitosti:**

1. O4 Zvýšení příjmů obce
2. O3 Čerpání finančních zdrojů z fondů EU a ČR
3. O5 Využití nádrže Sedlinka k rekreačním účelům, O6 Využití objektu Střelnice ke sportovním účelům
4. O1 Výstavba rychlostní komunikace mezi Opavou a Ostravou, S2 Stěhování obyvatel z měst do vesnic

#### **K odstranění hrozeb jsou nejlépe využitelné tyto silné stránky:**

1. S7 Volné pozemky určené k rekreaci, S8 Volné pozemky určené k podnikání, S9 Čisté životní prostředí
2. S1 Poloha obce, S5 Zpracovaný územní plán obce
3. S6 Rozvinutá telekomunikační síť
4. S2 Celkový vzhled obce, S10 Zájem občanů zachovávat kulturní tradice

5. S3 Dobrá dopravní dostupnost, S4 Existence primárních sítí plynu, vody a elektrické energie, S11 Kvalitní činnost zájmových spolků

**K odstranění hrozeb obce je nutné se zaměřit na tyto slabé stránky obce:**

1. W8 Chybí koncepce rozvoje
2. W4 Neexistence splaškové kanalizace a ČOV
3. W1 Špatný stav silnic, W2 Špatný stav chodníků, W3 Chybějící sportoviště v obci
4. W5 Nedostatek parkovacích míst
5. W6 Nedostatek volných stavebních míst

**Tabulka č. 5.5 Četnost všech zkoumaných oblastí**

	<b>S</b>	<b>W</b>	<b>O</b>	<b>T</b>
<b>Četnost</b>	<b>Silné stránky</b>	<b>Slabé stránky</b>	<b>Příležitosti</b>	<b>Ohrožení</b>
<b>18</b>				2
<b>17</b>			4	7
<b>16</b>			3	
<b>15</b>				
<b>14</b>				
<b>13</b>				4
<b>12</b>	7			5
<b>11</b>	8			
<b>10</b>	9		2	1
<b>9</b>		3		
<b>8</b>	5	4,8		
<b>7</b>	2,3,6	1,2,7		8
<b>6</b>	10,11	5	5	
<b>5</b>	1,4			6
<b>4</b>				
<b>3</b>		6	1,6	
<b>2</b>				3
<b>1</b>				

Tabulka č. 5.5 vyjadřuje jednotlivé váhy, které je nutné přisoudit jednotlivým oblastem pro rozvoj obce. V prvním sloupci je uvedena četnost, která byla získána na základě porovnávání jednotlivých oblastí SWOT analýzy. Největší četnosti mají oblasti – ohrožení T2 Úbytek obyvatelstva, T7 Nezájem obyvatel o podnikání, T4 Zvyšující se míra

nezaměstnanosti a T5 Omezené množství pracovních míst. Tyto oblasti jsou velmi složité a nelze je odstranit pouze činností obce. Obec by si tyto oblasti ohrožení měla stanovit za své cíle a na základě svých silných stránek a příležitostí přispívat k jejich eliminaci. Obec by měla využít své největší příležitosti O4 Zvýšení příjmu obce a O3 Čerpání finančních zdrojů z fondů EU a ČR, vypracovat projekty na oblasti, které se jeví jako slabé stránky a ohrožení obce, díky nimž by přispěla k jejich odstranění. Obec by se měla zaměřit, také na své silné stránky S7 Volné pozemky k rekreaci, S8 Volné pozemky pro podnikání a S9 Čisté životní prostředí, díky nimž by do obce přilákala více občanů, návštěvníků a podnikatelů, což by přispělo k odstranění některých slabých stránek a ohrožení obce.

## 6 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

Z analýzy primárních a sekundárních dat vyplynuly nedostatky, na jejichž základě navrhuji doporučení v oblasti dopravy, kultury a sportovního vyžití, vzdělávacích institucí, životního prostředí, veřejných a technických služeb v obci a práce zastupitelstva.

### Doprava

Nejlépe hodnocenou oblastí v dopravě byla spokojenost s autobusovou dopravou. Obec Suché Lazce je městskou částí a jezdí zde městská hromadná doprava. Spojení je nastaveno tak, že jej ve špičce mohou občané využít dvakrát za hodinu. Přesto by občané uvítali několik úprav ve spojení autobusů, které uvedli v dotazníku. Jde o přesun dopoledního autobusu z 8:45 hod. na 8:30 hod. Tento spoj nevyhovuje školním dětem, které mají vyučování na devátou hodinu. Dále jde o spoj jedoucí ve večerních hodinách ze zastávky na Praskové ulici, ten by se měl přesunout z 22:00 hod. na 22:10 hod., díky této změně by odpadlo hodinové čekání zaměstnancům společnosti TEVA a KOMAS na autobus v obci Komárov. Občané by také přivítali častější zajíždění autobusu k hypermarketu Globus, nejen v dopoledních hodinách, ale také odpoledne a o víkendech. Občané by uvítali autobusové spojení, které by zahrnovalo bezbariérovou zvedací plošinu. Několik občanů by požadovalo zavedení autobusové zastávky u restauračního zařízení Heja. **Navrhuji proto jednání starosty obce s Městským dopravním podnikem o možných úpravách jednotlivých spojů, zavedení nové zastávky a bezbariérového autobusu.** Občané měli také připomínky ke znečišťování autobusových zastávek v horní a dolní části obce. **Navrhuji proto zavést do pracovní kompetence obecního pracovníka úklid těchto zastávek, nebo jednat o tomto úklidu s technickými službami. Tato oblast by mohla být také řešena častějšími kontrolami obecní policie nejen v dopoledních, ale také ve večerních hodinách.**

S podmínkami pro pěší v obci jsou nejvíce spokojeni občané ve středu obce, kde došlo v nedávné době k rekonstrukci chodníků. Nejméně jsou v obci s touto oblastí spokojeni občané žijící na Přerovci, kde doposud nejsou vybudovány chodníky. Je to okrajová část obce a řidiči zde často překračují povolenou rychlost. Občané také upozornili na špatný stav některých chodníků. S oblastí chodníků jsou nespokojeny ženy na mateřské dovolené, kterým



překázejí automobily parkující na chodnících. Ženy by také uvítaly bezbariérovost chodníků. **Navrhují proto vyčlenit finanční prostředky na výstavbu nových chodníků v obecní části Přerovec, vypracovat plán na postupné opravy chodníků, které budou bezbariérové. Dále bych zavedla obecní vyhlášku, která bude zakazovat parkování automobilů na chodnících, nejen v zimním období při úklidu sněhu, ale také v letním období, pro zajištění bezpečnosti při průjezdu maminek s kočárky.** Občané jsou spokojeni s úklidem a posypem chodníků v zimním období, dále také s postřikem chodníků proti plevelům v letním období. Tyto činnosti šetří občanům čas a prostředky, které museli v minulosti na tyto činnosti vynakládat. **Doporučují zastupitelstvu obce i nadále na tyto oblasti přispívat.**

Možnosti parkování v obci hodnotili občané průměrně. Spokojeni jsou občané, kteří vlastní rodinný dům, většinou je součástí rodinného domu také pozemek, kde se dá zaparkovat. Spokojeni jsou také občané ve středu obce, kde se v nedávné době vybudovalo obecní parkoviště. Problémy s parkováním mají občané žijící v bytě, občané s nedostatečnými parkovacími prostory a občané, kteří vlastní více automobilů. Problémy s parkováním se umocňují hlavně v zimním období, kdy na území obce platí vyhláška zákazu parkování na pozemní komunikaci, za účelem úklidu sněhu z komunikace. **Občanům, kteří nedisponují vlastním parkovacím místem, doporučuji zajistit si parkovací místo po dohodě či za úplaty u svých sousedů a přátel. Bude tak plynule zajištěna nejen údržba komunikace, ale také bezpečnost na silnicích v zimním období.**

S bezpečností silničního provozu nejsou respondenti v obci příliš spokojeni. Občané byli velmi nespokojeni s nájezdem na čtyřproudovou komunikaci mezi Opavou a Ostravou. Tato situace je nyní vyřešena pomocí výstavby semaforu, který reguluje provoz. Nespokojeni jsou také občané žijící v části Přerovec, kde automobily značně překračují stanovenou rychlost. **V této oblasti bych obecnímu zastupitelstvu doporučila nainstalovat radar, který by řidiče překračující povolenou rychlost zaznamenal.** Občané měli také připomínky k nepřehlednosti dopravního provozu na některých vedlejších komunikacích v obci. **Na těchto nepřehledných místech bych doporučila nastavit horizontální zrcadla a častěji ořezávat koruny stromů, které jsou v blízkosti silnice.** Občané upozornili také na mladé řidiče v obci, kteří jezdí po vedlejších komunikacích na motocyklech či automobily

nepriměřenou rychlostí. **V těchto oblastech bych doporučila vybudovat zpomalovací prahy či retardéry, které by rychlost v obci značně snížily.**

Občané jsou v oblasti dopravy nejhůře spokojeni s cyklo-dopravou. Všechny polní silnice, které vedou do okolních obcí, jsou ve špatném stavu. Tyto silnice jsou málo frekventované, a proto by byly po rekonstrukci vhodné ke sportovním účelům. **Obecnímu zastupitelstvu bych v této oblasti doporučila spojit se s okolními obcemi a vypracovat projekt na tvorbu cyklostezek. Obce by mohly získat finanční prostředky z fondů ČR či EU.**

### **Kultura a sportovní vyžití**

Občané mohou trávit svůj volný čas v obci celkem v sedmi spolcích a sdruženích. Zastoupeny jsou zde jak sportovní činnosti formou hasičského sportu, tělovýchovné jednoty, polních kuší či sdružení ZO Skála, tak spolky nesportovní - včelaři, myslivci či klub důchodců. Činnosti těchto spolků hodnotili občané v oblasti kultury a sportovního vyžití nejlépe. Je obdivuhodné, že členové jednotlivých spolků se podílejí na tvorbě jednotlivých kulturních akcí v obci a to bez nároku na mzdu. **Navrhuji proto obci, aby se i nadále finančně podílela na podpoře aktivit jednotlivých spolků, které k tvorbě kulturních a jiných akcí značně přispívají.**

V obci se pod záštitou spolků, realizují také kulturní akce. Nejvíce kulturních akcí se pořádá pro děti a mládež. Jde o kulturní akce – Pálení čarodějnic, Dětský den, Stavění Máje, Hasičský tábor, Maškarní karneval, Kaprobrání apod. Na své si přijde i starší generace – v období plesové sezóny se v obci pořádají plesy a Masopust, v září se slaví Sucholazecké posvícení. Pozitivně hodnoceny jsou také tradiční oslavy a svátky v obci. S touto oblastí jsou nejvíce spokojeni starší občané a rodáci v obci. **Obecnímu zastupitelstvu doporučuji i nadále podporovat nejen kulturní akce, ale také tradiční oslavy a svátky v obci. Starší občané ocení, že obec ctí historické tradice, které mohou přispět k výchově mladé generace.**

Nejhůře hodnocenou částí v oblasti kulturního a sportovního vyžití je oblast vnitřních a vnějších sportovních areálů v obci. Obec má vyčleněn prostor k výstavbě sportovního areálu. **Proto bych obci doporučila zpracovat projekt, na jehož základě by obec mohla získat finanční prostředky z fondů ČR či EU na realizaci této výstavby. V areálu**

by se nacházely prostory na volejbal, tenis, sálový fotbal apod. Své zázemí by zde mělo také dětské hřiště s průlezkami, pískovištěm, skluzavkami apod. V obci se nachází vodní nádrž Sedlinka, která se v současnosti využívá pouze k rybaření. **V této oblasti bych doporučila obci jednat s Povodím Odry o vytvoření projektu, díky němuž by obec mohla získat finanční prostředky na vyčištění vodní nádrže Sedlinka, která by se následně dala využívat k rekreačním účelům.** Nedaleko obce se nachází střelecký areál Střelnice. **Obci bych v této oblasti doporučila zpracovat projekt, pomocí něhož by obec získala finanční prostředky na opravu tohoto areálu.** Ten by se mohl následně využívat nejen ke střeleckým účelům, ale také pronajímat k soukromým účelům, či k opětovnému pořádání tradičních letních diskoték, na které chodili nejen občané Suchých Lazců, ale také lidé z okolí.

### **Vzdělávací instituce**

Občané jsou s mateřskou i základní školou v obci spokojeni. Ve školství v obci pracuje kvalitní, mladý personál, který nabízí řadu kroužků a školních aktivit. Obě školy jsou umístěny v rekonstruované budově, která zahrnuje moderní vybavení. U školy se nachází venkovní areál, který využívají děti ve školní družině. Součástí objektu je také malá tělocvična. **Navrhuji, aby obec i nadále podporovala činnost mateřské a základní školy a udržovala jejich kvalitu.**

Nespokojeni jsou pouze občané s délkou provozu mateřské a základní školy, která je do 16:00 hodiny. Obyvatelé, kteří dojíždějí za prací do okolí, by uvítali prodloužení provozu škol až do 17:00 hodiny. **Doporučila bych proto rodičům, aby sepsali žádost o prodloužení doby provozu škol, na jehož základě by došlo k propojení činností školní družiny a mateřské školy, čímž by se provozní doba školy prodloužila.** Na základě nižšího počtu žáků dochází ve třídách ke sloučení několika ročníků. S touto skutečností nejsou spokojeni někteří rodiče. **Doporučila bych ředitelce školy, aby vypracovala projekt, na jehož základě by škola mohla získat finanční prostředky z EU k vytvoření malotřídního vyučování.** Díky nižšímu počtu žáků, by se učitel mohl podstatně více věnovat žákům v samostatných třídách, kterým by to značně prospělo. Tato činnost by mohla nápomoci k lepší propagaci práce školy.

## Životní prostředí

Z průzkumu vyplynulo, že jsou občané s údržbou zeleně v obci spokojeni. Před několika léty zaměstnala obec pracovníka, který se údržbou zeleně v obci zabývá. Provádí údržbu travnatých prostor kolem obecního úřadu, obecního hřiště, hasičské zbrojnice, u školy a podél hlavní komunikace. **Zastupitelstvu bych v této oblasti doporučila, rozšířit práci obecního pracovníka, na sekání trávy také na vedlejších komunikacích.** V obci se každoročně vyčleňují finanční prostředky na výsadbu nových stromů, ořez stávajících stromů a na postřik chodníků proti plevelům. **Obec by i nadále měla na tyto činnosti finančně přispívat.**

Občané jsou spokojeni s odvozem komunálního odpadu, který je realizován jednou týdně. Spokojeni jsou také s odvozem a umístěním kontejnerů na tříděný odpad. Protože dotazník vyplnilo velké množství občanů žijících v rodinném domě a občanů staršího věku, kteří rádi pracují na zahradě, z dotazníku vyplynulo, že je v obci nedostatek přistavovaných kontejnerů na biologický odpad. **Doporučila bych obci vyčlenit větší objem finančních prostředků na kontejnery na biologický odpad. Kontejnery by měly být rozmístěny na více místech a také by se mělo zajistit jejich častější přistavování. V této oblasti by mohlo pomoci vybudování obecního kompostu na biologický odpad, který by měl na starost obecní pracovník. Obec by tak nemusela vynakládat finanční prostředky na biologické kontejnery.**

Na okraji obce se v podzimním období vytváří černé skládky s biologickým odpadem. V tomto období dochází také k pálení biologického odpadu na zahradách občanů. **Na podporu ochrany životního prostředí bych obci doporučila zavedení obecních vyhlášek se zákazem tvorby černých skládek a zákazem pálení biologického odpadu. V této oblasti by mohl být nápomocen již zmiňovaný obecní kompost na biologický odpad.**

## Veřejné služby

Nejlépe občané hodnotili oblast stravování. V obci se nachází dvě restaurační zařízení, která nabízejí výběr z denních menu. Občané mohou využít služeb rozvozu stravy přímo

do domu či zaměstnání. **Hostinci U Balů bych doporučila zaměřit se na víkendové netradiční akce, které by přilákaly větší množství strávníků.**

Občané jsou také spokojeni se zdravotní péčí v obci. V nedávné době se v obci v prostorách obecního úřadu podařilo vybudovat zázemí pro obvodního lékaře. Výhodnou je bezbariérový vstup do těchto prostor. V obci není zastoupen dětský lékař. **Obci bych v této oblasti doporučila jednání s dětskou lékařkou, o možnosti rozšíření působnosti ordinace dětského lékaře nejen v Komárově, ale také v obci Suché Lazce.**

Nejméně jsou občané spokojeni se službami prodejny smíšeného zboží v obci. Jde o mladší generaci, která není spokojena se šíří sortimentu. Sortiment se díky maloobchodnímu odběru pohybuje ve vyšších cenových hladinách. Mladší a střední generace proto preferuje nákupy v městských supermarketech a hypermarketech. Se službami obchodu v obci je spokojena starší generace obyvatel, pro kterou je praktičtější nákup přímo v obci. **Maloobchodní jednotce bych doporučila v rámci možností rozšířit sortiment např. o diabetický koutek či koutek zdravé výživy.**

### **Technické služby**

S opravami a údržbou budov v obci jsou občané spokojeni. V obci došlo v nedávné době k rekonstrukci obecního úřadu, kulturního domu, školy a kaple. **Obci bych do budoucna doporučila opravu hasičské zbrojnice a vnitřní rekonstrukci kulturního domu.** V něm bych provedla rekonstrukci sociálního zařízení a kuchyně, kterou bych dovybavila myčkou. V kulturní části bych zakoupila nové židle a stoly.

Občané jsou také spokojeni s údržbou hřbitova, jenž byl v nedávné době zrekonstruován. Vybudovalo se zde nové parkoviště a došlo k opravě bývalé márnice a chodníků. **Obci bych doporučila v horní části hřbitova dovybudovat ještě jednu vodovodní přípojku, která by byla přínosná hlavně pro starší občany. Také bych na žádost starších občanů cestou ke hřbitovu postavila několik laviček na odpočinek.**

Občané jsou nejvíce nespokojeni s údržbou silnic v obci. Technický stav vozovky je ve špatném stavu. Obec tuto situaci řeší provizorními opravami děr. Obec má v plánu vynaložit finanční prostředky na zcela nový asfaltový koberec až po plánované výstavbě

splaškové kanalizace. **Obec by toto opatření měla vysvětlit svým občanům, ti by se pak stali mnohem tolerantnějšími.**

### **Práce zastupitelstva a obecního úřadu**

Občané jsou s celkovým dojmem a vzhledem obce spokojeni. Zrekonstruovány jsou téměř všechny obecní budovy. V nedávné době došlo k rekonstrukci středu obce, kde došlo k opravě kašny a chodníků, k vybudování obecního parkoviště a k výsadbě nových stromů a keřů.

Služby obecního úřadu a práci zastupitelstva občané hodnotili převážně pozitivně. Občané jsou spokojeni se vstřícností a ochotou obecního personálu a také s úřední dobou. Obec poskytuje informace svým občanům formou obecní vývěsky, obecního rozhlasu, Sucholazeckého zpravodaje a internetových stránek. **Obci bych doporučila do budoucna zvýšit počet vydání Sucholazeckého zpravodaje, který by informoval nejen o aktuálním dění v obci, ale také o záměrech práce zastupitelstva do budoucna. Důležitá je také stálá aktualizace informací o dění v obci na internetu, kterou využije především mladá generace v obci. Občané, kteří by se na obci zaregistrovali, by mohli získávat aktuální informace o dění v obci formou zasílaného emailu.**

## 7 ZÁVĚR

Cílem mé diplomové práce bylo zjistit úroveň spokojenosti obyvatel s poskytovanými službami obce Suché Lazce. Nejde pouze o služby, které poskytuje sama obec a je za ně odpovědná, jde také o jednotlivce, které obec může jistým způsobem v jejich činnostech ovlivňovat.

V první části diplomové práce charakterizují obec Suché Lazce. V teoretické části se věnuji problematice vzniku marketingu obce, marketingovému prostředí a marketingovému mixu obce. Následně jsem definovala metodiku shromažďování dat, kde jsem určila cíle výzkumu a vytvořila jsem časový harmonogram.

V praktické části jsem prováděla kvantitativní marketingový výzkum – formou písemného dotazování, kde jsem zjišťovala spokojenost obyvatel s jednotlivými oblastmi a jejich důležitost. Šlo o oblast kultury, dopravy, vzdělávání, sportovního vyžití, životního prostředí, ale i spokojenost se službami nabízenými obecním úřadem. Občané mohli připojit své návrhy a doporučení na budoucí záměry v obci pro práci zastupitelstva. Celkem dotazník vyplnilo 154 obyvatel.

Z dotazníků vyplynulo, že jsou občané v obci nejvíce nespokojeni v oblasti dopravy s bezpečností silničního provozu a s cyklo-dopravou. V oblasti kultury a sportovního vyžití jsou občané nespokojeni se stavem vnitřních a vnějších areálů a v oblasti technických služeb se špatným stavem silnic a údržbou chodníků. Všechny tyto oblasti považují občané za velmi důležité. Naopak spokojenost občanů se projevovala v oblasti vzhledu obce, práce obecního úřadu a práce zastupitelstva, tyto oblasti jsou pro občany velmi důležité. Spokojeni jsou občané se vzdělávacím zařízením, oblasti kulturního vyžití a s tradičními oslavami v obci.

V praktické části jsem provedla také SWOT analýzu obce. Zde jsem uvedla silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby obce. Obec by se měla snažit využívat své silné stránky a příležitosti natolik, aby co nejvíce odbourávala existující hrozby a slabé stránky.

Na základě vyhodnocení dotazníků, jsem navrhla obci určitá doporučení, která by mohla přispět ke zvýšení spokojenosti obyvatel s poskytovanými službami v obci a také ke zvýšení životní úrovně obyvatel obce.

V oblasti dopravy jsem navrhla jednání starosty obce s Městským dopravním podnikem o možných úpravách jízdního řádu. Z hlediska bezpečnosti silničního provozu nainstalovat v částech obce radary, zpomalovací pruhy a retardéry. Spolupracovat se sousedními obcemi na projektech na výstavbu cyklostezek – možnost získat finance z fondů EU a ČR. V oblasti sportovního vyžití jsem navrhla zpracovat projekty, na jejichž základě by obec mohla získat finanční prostředky na výstavbu sportovního vnitřního a vnějšího areálu, rekonstrukci střeleckého areálu a vyčištění vodní nádrže Sedlinka, která by se mohla znovu používat jako rekreační nádrž nejen k rybaření, ale také ke koupání. V oblasti životního prostředí jsem obci navrhla častější odvoz biologického odpadu, rozmístění kontejneru na více místech a zavedení vyhlášek na zákaz pálení a skládek biologického odpadu. Doporučení a návrhy byly předány obecnímu zastupitelstvu, které může zvážit jejich realizaci pro zvýšení spokojenosti občanů obce a celkové zvýšení atraktivity obce do budoucna.



## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Knihy

- [1] FORET, M. *Marketingová komunikace*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2006. 443 s. ISBN 80-251-1041-9.
- [2] FORETOVÁ, V., FORET, M. *Communicating Town and Regional Development*., 1st ed. Brno: Masaryk University, 1999. 37 s. ISBN 80-210-2182-9.
- [3] HÁLEK, V. *Marketing obcí*. 1. Vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008. 54 s. ISBN 978-80-7041-226-8.
- [4] HORNER, S.; SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Aplikovaný marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [5] JANEČKOVÁ, L.; VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 178 s. ISBN 80-7169-750-8.
- [6] JANEČKOVÁ, L.; VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb*., 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. 179 s. ISBN: 80-7169-995-0.
- [7] KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. *Marketing*. Přel. H. Machková. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 855 s. ISBN 80-247-0513-3.
- [8] KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Marketing management*. Přel. Š. Černá. 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- [9] KOTLER, P. *Marketing management*. Přel. V. Dolanský a S. Jurnečka. 10. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 720 s. ISBN 80-247-0016-6.
- [10] KOZEL, R. a kolektiv. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.

- [11] OCHRANA, F. *Veřejné služby – jejich poskytování, zadávání a hodnocení*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2007. 167 s. ISBN 978-80-86929-31-6.
- [12] PARASURAMAN, A., GREWAL, D., KRISHNAN, R., *Marketing Research*. 2. vyd. Miami: Cengage Learning, 2006. 672 s. ISBN 0-618-66063-1.
- [13] RONEN, Boaz; PASS, Shimeon. *Focused operations management*. Canada, 2008. 433 s. ISBN 978-0-470-14510-4.
- [14] RUMPEL, P. *Teritoriální marketing jako koncept územního rozvoje*. 1. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2002. 178 s. ISBN 80-7042-830-9.
- [15] RUMPEL, P. *Teritoriální marketing jako koncept lokálního a regionálního rozvoje*. 1. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2002. 57 s. ISBN 80-7042-957-7.
- [16] VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9

### **Tištěné publikace**

- [17] VALÍK, L. *Sucholazecký zpravodaj*. 2. vyd. ÚMČ Opava - Suché Lazce, 2010. 8 s.
- [18] VALÍK, L. *Sucholazecký zpravodaj*. 1. vyd. ÚMČ Opava - Suché Lazce, 2010. 9 s.
- [19] VALÍK, L. *Sucholazecký zpravodaj*. 1. vyd. ÚMČ Opava - Suché Lazce, 2009. 10 s.
- [20] *Jak na cestovní ruch v regionech - Moderní obec*. 1. Vyd. Economia, leden 2011. str. 28.
- [21] *Marketingová komunikácia v prostredí obcí*. 1. vyd. Marketing a komunikace, leden 2010. Str. 22

## **Internetové zdroje**

[22] <http://www.suchelazce.cz/historie> (11. 12. 2010)

[23] <http://www.opava-city.cz> (13. 11. 2010)

[24] <http://www.suchelazce.cz/popis> (11. 12. 2010)

[25] <http://www.okpb.cz> (14. 2. 2011)

[26] <http://lekar.zdravcentra.cz> (14. 2. 2011)

[27] <http://www.suchelazce.cz> (20. 9. 2010)

## **Speciální zdroje**

[28] Interní materiály obce Suché Lazce – zprávy z jednání zastupitelstva obce.

[29] *Kronika obce*. Suché Lazce.

## SEZNAM ZKRATEK

atd.	a tak dále
aj.	a jiné
č.	číslo
ČOV	čistička odpadních vod
ČR	Česká republika
DDHM	dlouhodobý drobný hmotný majetek
EU	Evropská unie
ha	hektar
Kč	korun
km	kilometr
MHD	městská hromadná doprava
např.	například
tj.	to je
TJ	tělovýchovná jednota
tzn.	to znamená
OÚ	obecní úřad
PR	Public Relations
Sb.	sbírky
SDH	sbor dobrovolných hasičů
ZO	základní organizace
ZŠ	základní škola
ŽP	životní prostředí

## Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo,
- Beru na vědomí, že Vysoká škola báňská, Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně ke své vnitřní potřebě diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3),
- Souhlasím s tím, že jeden výtisk diplomové práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že údaje o diplomové práci. Obsažené v Záznamu o závěrečné práci, umístěném v příloze mé diplomové práce, budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO,
- Bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona,
- Bylo sjednáno, že užít své dílo – diplomovou práci nebo poskytnout licenci k jejímu užití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněná v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 29. 4. 2011

.....  
jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého bydliště studenta:

Na Pískovně 16, Suché Lazce 747 95